



# **Pontificia Universidad Católica del Ecuador**

**Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura**

**Escuela de Comunicación**

**DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN  
CON MENCIÓN EN PERIODISMO PARA PRENSA, RADIO Y  
TELEVISIÓN**

**ANÁLISIS DEL REALITY SHOW *ECUADOR TIENE TALENTO*:  
¿TALENTO O IMAGEN MEDIÁTICA?**

**Luis Hernán Encalada Castillo**

**Director: Doctor León Espinoza**

**Quito, 2015**

## Índice

### Contenido

1. Tema .....	6
2. Introducción.....	6
Capítulo I	
Antecedentes históricos del <i>reality show</i> como producto mediático en la segunda mitad del siglo xx .....	8
1.1. Antecedentes históricos	
1.1.1. Concepto del reality show .....	8
1.1.2. El origen del reality show .....	10
1.1.3. La productora endemol y su papel histórico .....	12
1.2. Los antecesores del reality show	
1.2.1. El concepto de telebasura o <i>junk tv</i> .....	15
1.2.2. Del arte conceptual al arte de chatarra .....	16
1.2.3. Los descabellados experimentos de Andy Warhol .....	17
1.2.4 Reacciones al fenómeno 1984 .....	19
1.3 Las franquicias	
1.3.1 <i>Big brother</i> y sus cadenas .....	21
1.3.2 Operación triunfo y similares .....	22
1.3.3 <i>American idol</i> .....	24

1.3.4	Popstars .....	25
1.3.5	<i>Got talent</i> y el media virus 3.0 .....	28
1.4	Los países tienen talento	
1.4.1	Ecuador tiene talento .....	30
1.4.2	Temporadas .....	31
1.4.3	Delimitación del objeto de estudio .....	32

## Capítulo II

Definición de la perspectiva de estudio para la disertación el análisis de discurso y el análisis de contenidos .....	33
---	----

### 2.1 el análisis del discurso

2.1.1	origen de la metodología .....	33
2.1.2	procedimientos y descripción del manual .....	34
2.1.3	críticas a la perspectiva de estudio .....	36

### 2.2 el análisis de contenidos

2.2.1	delimitación objetiva del campo de estudio vs necesidades del análisis .....	38
2.2.2	tipos de contenidos .....	39
2.2.3	elección múltiple de técnicas del manual .....	42

2.3 otras perspectivas adicionales	
2.3.1 industria cultural .....	43
2.3.2 estética de la recepción .....	44
2.3.3 fenómeno mediático .....	45
Capítulo III	
Aplicación de la metodología de análisis selección de episodios <i>reality show</i> Ecuador tiene talento .....	47
3.1 Análisis de discurso del primer episodio de la primera temporada	
3.1.1 Primera fase .....	47
3.1.2 Segunda fase .....	49
3.1.3 Tercera fase .....	52
3.2 Análisis de discurso del episodio 23 de la primera temporada	
3.2.1 Primera fase .....	53
3.2.2 Segunda fase .....	55
3.2.3 Tercera fase .....	58
3.3 Análisis de discurso del episodio final de la primera temporada	
3.3.1 Primera fase .....	59
3.3.2 Segunda fase .....	61
3.3.3 Tercera fase .....	64

3.4 Análisis de discurso del primer episodio de la segunda temporada	
3.4.1 Primera fase .....	65
3.4.2 Segunda fase .....	67
3.4.3 Tercera fase .....	70
3.5 Análisis de contenidos del episodio casting al grupo trix de la segunda temporada	
3.5.1 primera fase .....	71
3.5.2 segunda fase .....	73
3.5.3 tercera fase .....	76
3.6 Análisis de contenidos del episodio final de la segunda temporada	
3.6.1 primera fase .....	77
3.6.2 segunda fase .....	79
3.6.3 tercera fase.....	82
4. Recopilación de datos y análisis de resultados.....	83
5. Conclusiones .....	92
6. Recomendaciones .....	94
Bibliografía .....	95

## 1. Tema

### **Análisis del reality show *ecuador tiene talento*: ¿talento o imagen mediática?**

## 2. Introducción

El objeto de estudio de esta disertación es el papel que juegan los medios de comunicación de masas en la sociedad ecuatoriana, a partir del análisis del programa conocido como *Ecuador tiene talento*, que se ha transmitido durante varias temporadas desde de marzo del año 2012, hasta agosto del año 2015 en el canal Ecuavisa.

La pregunta de análisis parte de una observación sencilla a los productos mediáticos llamados *reality show*, que poseen ciertas características particulares que los diferencian de otros productos mediáticos, puesto que generan en el espectador una serie de reacciones y conductas con respecto a su contenido y discurso.

La disertación considerará uno en particular llamado *Ecuador tiene talento*, puesto que se ha convertido en el *reality show* de su tipo con mayor número de secuelas y sintonía en el país. Si es un producto de gran alcance e importancia en el hábito de consumo del espectador ecuatoriano, ¿busca en realidad el talento o genera una imagen mediática?

Para responder a la pregunta, se utilizará la perspectiva del *Análisis de discurso*, enfocado desde una de sus aristas conocidas como *análisis de contenidos*, debido a que los discursos mediáticos audiovisuales han demostrado ser, en cierta medida, inasequibles para otro tipo de perspectivas de análisis, que han generado en algunos de los casos, resultados con preeminencia de subjetividad y no de objetividad.

Las consecuencias de un estudio basado en criterios subjetivos podría desalinearse cualquier tipo de criterio que el público o usuario siga concibiendo

a partir del consumo de estas producciones, así como el constante crecimiento de una cultura que acepte y utilice varios razonamientos pseudológicos con respecto al quehacer artístico profesional y semiprofesional.

La disertación analiza una recopilación de datos científicos acerca del origen de los reality shows y de cómo este procedimiento evolucionó par devenir en la realización del programa, datos históricos, hechos y definiciones formarán parte de la determinación y delimitación de nuestro objeto de estudio.

Una segunda parte nos presenta algunos enfoques teóricos como el *Análisis de discurso*, *la Industria cultural*, *la Estética de la recepción*, *la imagen mediática*, en el análisis de dicho programa. Se examinará, a través de esta perspectiva, el cómo se construye el discurso de lo popular, lo nacional y regional, por medio de los mensajes y la producción.

El objetivo es demostrar si la imagen que elabora el medio del participante se basa en cualidades del talento que sobresalen del mismo, o si se convierte en todo un aparataje de publicidad que impone esta estética sobre sus espectadores, haciéndoles aceptar al participante únicamente como ganador de un concurso.

## **Capítulo I**

### **Antecedentes históricos del *reality show* como producto mediático en la segunda mitad del siglo xx**

#### **1.1 Antecedentes históricos**

##### **1.1.1 Concepto de *reality show***

A la luz de un crecimiento rotundamente visible en la producción nacional e internacional de este tipo de formato televisivo, expertos de todo el mundo han optado por dedicar el análisis a estos objetos de estudio mediáticos, para establecer las características que más influyen en los espectadores, con el fin de explicar su origen, funcionamiento, efectividad y consecuencias.

Asimismo, para poder alcanzar el objetivo principal que concierne a esta disertación, será necesario conocer y delimitar el objeto de estudio escogido, a través de definiciones importantes que guiarán el análisis, mucho más si se trata de un producto que ha pretendido innovar dentro del género de su producción, habiendo adaptado ciertas características que no presentaban las versiones originales.

En un artículo de la *Revista Comunicación*, publicado en el año 2011, Francisco Perales Bazo define a los Reality Shows como: “espectáculos de convivencia entre actores no profesionales que reaccionan de forma espontánea, intentando superar y sobrevivir a sus oponentes mediante una competencia...” (Perales Bazo, 2011) en la que hallamos dos conceptos básicos y claves dentro del género: actores no profesionales y competencia.

También, en otra definición encontramos que los Reality Shows son: “programas de televisión que presentan a sujetos comunes y corrientes interactuando entre sí, exponiendo diferentes situaciones de su vida real siendo captados por cámaras, en ocasiones con toda la aprobación de ellos y otras veces sin que se enteren que los están grabando” (Medina y Villarreal, 1998) Según esta definición, se destaca la voluntad de los participantes a ser



o no observados, como uno de los elementos que juega un papel dentro de la realización.

Según Lorenzo Vilches, el Reality Show: “expresa y representa el cambio que se ha operado entre la forma de hacer televisión y el nuevo modelo de espectador. Su evolución parece aún incierta, pero encierra rasgos considerables” (Vilchez, 1995) se considera al género televisivo como algo nuevo, innovador, que requiere un nuevo modelo de espectador para funcionar, refiriéndose implícitamente a los hábitos de consumo, tema del que se hablará más adelante.

En el mismo número de la revista de *Telos Cuadernos de la comunicación, Tecnología y Sociedad*, donde se encuentra publicada la cita antes mencionada, se encuentra un artículo de Rosa Álvarez Berciano que, haciendo referencia a la realidad norteamericana, afirma: “ la notoriedad y el protagonismo en *prime time* de la televisión de la *realidad* forma parte en los Estados Unidos de una corriente más poderosa de la televisión instalada entre la información y el entretenimiento” (Álvarez Berciano, 1995) Nótese la claridad con la que se afirma que el género podría contener ciertos rasgos de la televisión informativa, así como los géneros del entretenimiento.

Pero, en definitiva, ¿cuál es la definición que convendría adoptar frente al objeto de estudio propuesto para el análisis, dadas algunas citas eruditas al respecto? Condensando un poco lo que se tiene anteriormente, se obtendrá la siguiente premisa: el Reality Show es un *espectáculo* televisivo que utiliza actores *profesionales* y *no profesionales* -entendidos como gente común que podría pertenecer al sector de la audiencia- para que se sometan a una convivencia, grabada y transmitida con o sin su consentimiento, en la que deberán sortear una o varias pruebas dentro de una competencia, con el propósito de ofrecer al espectador un producto innovador que le entretenga.

El entretenimiento del espectador será un punto clave al determinar si la simbología, los discursos, los materiales televisados y otros elementos responden de una u otra forma a los hábitos de consumo del público ecuatoriano.

### 1.1.2 El origen del *reality show*

Por fuera de lo que se podría especular acerca del origen del *Reality Show*, dado que actualmente se sanciona legalmente todo tipo de plagio o vulneración a la Propiedad Intelectual, la inspiración del género, como tal, nació de la ficción literaria.

El escritor Eric Blair bajo el pseudónimo de George Orwell escribió en el año de 1947 una obra literaria titulada *1984*, en la que da cuenta de una sociedad futurista dividida en tres grandes estados totalitarios: Oceanía, Eurasia y Asia Oriental, sobre la cual predomina la concentración del poder y de la vigilancia, así como el manejo absoluto de las mentes y voluntades de sus ciudadanos, a cuenta de una visión premonitoria de lo que sucedería después (Arango Forero, 2003, p.7)

En dicho texto se menciona, por primera vez, el nombre del programa conocido como Gran Hermano, en este caso, dentro de un contexto avasallador e intrigante:

“A lo largo de la obra, Winston Smith trata de revelarse contra la expresión de ese poder representado en una imagen fija, proyectada en una ‘telepantalla’, de mirada penetrante y fiscalizadora: EL GRAN HERMANO TE VIGILA, es la frase que acompaña en todos los lugares la proyección de aquella figura dominante y fiscalizadora. Al final de la lucha, Winston Smith termina por claudicar ante su pertinaz resistencia... ‘la lucha había terminado. Se había vencido a sí mismo definitivamente. Amaba al GRAN HERMANO’ (Orwell, 1984, p.316 en Arango Forero, 2003, p.7)

Después de leer la declaración de ese narrador que describe una aparente realidad en la que un personaje se ve prácticamente perdido, la atribución de ese nombre: *EL GRAN HERMANO* suena con mucha perversidad en medio de un escenario post-apocalíptico en el que se ha

perdido completamente la esperanza y, sobre todo, la libertad de pensamiento, expresión y acción.

Pero años después, en 1999, la idea habría sido tomada por una productora holandesa llamada Endemol, propiedad de Joop van Ende y John de Mol, quienes originaron algo completamente distinto a lo que sentenciaba G. Orwell. Irónicamente, el concepto de la vigilancia fue aplicado de manera inversa. En esta ocasión, en lugar del concepto de una telepantalla, se reemplazó por cámaras situadas en lugares estratégicos para registrar todos los detalles de una convivencia en la que fueron sometidas 12 personas. (Arango Forero, 2003, p.7)

Aquello consistía en un formato en que dichos participantes, de acuerdo con las reglas del programa, competían por ganar un premio que sería otorgado, finalmente, por los televidentes. Este modelo fue bautizado como *BIG BROTHER* –Gran Hermano, por su traducción- el cual, después de cuatro años de su creación, formó parte importante de la parrilla de programación en el horario estelar de 19 países (Arango Forero, 2003, p.7)

El discurso propuesto por Orwell sobre el maniqueísmo mediático y la crítica al exceso de control en la vida de los habitantes de una sociedad, inconsecuentemente sirvió no para generar un debate sobre el empleo de este tipo de prácticas, sino para la creación de las mismas, en el seno de una creciente demanda en el público por ver cosas nuevas.

La verosimilitud que la cámara de video aportó al show, más la participación de personas comunes y corrientes reforzó en alguna medida al mecanismo de recepción de los televidentes, los cuales podrían fácilmente verse reflejados en uno de los participantes o en las situaciones que son, aparentemente cotidianas.

Aunque *Big Brother* no fue el único producto mediático que la productora Endemol sacó, únicamente fue el más exitoso. Después de algunos intentos que no tuvieron tanto éxito, el empleo de las técnicas televisivas mejoró dotando al producto final de su propio código de realización.

### 1.1.3 La productora ENDEMOL y su papel histórico

Como dice en la página web oficial de la compañía:

“Endemol es un líder creador, productor y distribuidor de entretenimiento multiplataforma en el mundo. La empresa produce anualmente más de 300 series y más de 15.000 horas de programación a través de los géneros-guion no con guion y, entre ellos el teatro, la televisión la realidad, comedia, programas de juegos, entretenimiento, fácticos y programación infantil.

Endemol comprende una red global de empresas creativas en más de 30 países y trabaja con alrededor de 500 organismos de radiodifusión, plataformas digitales y licenciarios en todo el mundo. El negocio abarca el desarrollo, producción, comercialización, distribución, gestión de la franquicia y las iniciativas multiplataforma incluyendo video digital, juegos y aplicaciones.” (Endemol, 2015)

Con sede en Ámsterdam, Holanda, esta productora nació de la mano de Joop van Ende y John de Mol y es la que creó el formato televisivo del Gran Hermano. Pero también se ha encargado, durante los últimos años, de diversas producciones de diversos géneros televisivos, no solo apegados a la tele-realidad, sino también a muchos otros como el drama, la comedia, ficción e, incluso, programas infantiles.

Después de dar a luz al proyecto que daría paso a muchas otras producciones que se pueden encontrar en las distintas cadenas televisivas en el mundo, produjo varios prototipos con títulos conocidos por la audiencia, como por ejemplo, uno de ellos, el famoso *Operación Triunfo* o, en su similar inglés, *Star Academy*, los cuales se adaptaron a las distintas formas de recepción de cada país, acogiendo el idioma, costumbres, vocabulario, entre otros aspectos.

Sin embargo, según Cossette Castro, los planteamientos se sucedieron en forma simultánea en el cine, la literatura y en la filosofía. Algunos otros productos que se llevaron a cabo utilizando esta temática fueron el *Show de Thruman* por Peter Weir, *Ed TV* por Ron Haward o *La sociedad de la vigilancia* por Michael Foucault, los mismos que también fueron trasladados del papel o del celuloide a la televisión abierta y al cable (Castro, 2012, p. 1)

Esta analista afirma que el Gran Hermano es una variante de los *Reality Shows*, ya que empezaron, en realidad, en los años 60's y 70's en países como Alemania, Inglaterra e Italia, es decir, la lucha por captar las audiencias había comenzado aproximadamente hace unos 25 años, pero que no se había tornado seria en cuanto mercadeo (Castro, 2012, p. 2)

El experimento más importante del año 1971, comúnmente citado por varios teóricos que han tratado el asunto, es el de *An American Family*, donde una familia real se sometió a siete meses de filmación, de las cuales, 300 horas fueron de toma directa (Rodríguez, 2001 p.238 en Castro, 2012) el objetivo del programa fue el de mostrar a la audiencia una familia de clase media llevando a cabo una vida considerada normal. Se estimaron unos 20 millones de espectadores.

Así también, Cosette delimita tres fases por las que atraviesa el género del *Reality Show*: una en los años 70's cuando la televisión europea va hacia la gente, una en los 80's cuando la gente se acerca a la televisión para contar detalles de su vida y una en los 90's en la que se prefieren producciones de bajo costo de producción y alta producción de rating para recuperar las inversiones (Castro, 2012, p.3)

En tal caso, Endemol no resultó pionera, después de todo, pero adaptó las características de todas las producciones pioneras, más la inspiración en la novela de Orwell, para llevar a cabo su titánica producción que, en sintonía con lo anteriormente citado sobre Vilches, consigue innovación y un seguimiento constante de los hábitos de consumo de sus audiencias.

Siguiendo nuevamente a Cosette, ella plantea que el *reality* cambió de “ropa” y de forma, presentado variaciones adecuadas a su público. Incluso, estas variaciones influyeron en algunos programas periodísticos, los cuales presentaban, literalmente “más sangre y violencia a la hora de la comida” (Castro, 2012, p. 4) en el caso de la televisión ecuatoriana, se puede colocar como ejemplo al programa *En carne propia*.

Con respecto a este tema, ya apareció este tema tratado en el texto de Susan Sontag *Ante el dolor de los demás*, en el que hace todo un estudio del fenómeno de la fotografía de guerra y la reacción casi catatónica que produce en el público, logrando un cada vez más creciente sentido del morbo, así como una peculiar insensibilidad, puesto que los sujetos mostrados en la imagen son solo eso, imagen (Sontag, Susan 2004)

Sontag plantea la retaliación social neutra ante un acontecimiento de cierto carácter y emotividad, del cual, el público no termina más que receptando la información sin ningún tipo de identificación; un vacío creado únicamente en la consciencia del que se sitúa lejano y no próximo al mismo, como si se tratase verídicamente de una observación ascética de un suceso que se toma más con la pinza de un laboratorio que entre las manos.

Dicho ascetismo sería el generador de la resistencia típica en públicos que no reaccionan de manera crítica frente a un acontecimiento traumatizante y trágico, lo que permite una recepción cada vez más avanzada. Esta sería, en alguna medida, la receta que ha catapultado las docenas de proyectos que cadenas como Endemol han utilizado para generar polémica en sus contenidos mediáticos.

Dicho por la misma Cosette: “¿Dónde están las fronteras entre la ficción y la realidad? Cada vez más lo particular invade lo colectivo y cada vez más la línea tenue entre ficción y realidad cae por tierra” (Castro, 2012, p. 2) he allí un resultado de la mezcla entre elementos de la ficción y elementos de la realidad que, para no pretender otorgar un juicio de valor, pero han conseguido atrapar a la audiencia.

De acuerdo con la investigadora italiana Milly Buonanno (1993) el “síndrome de la realidad” o la “verdad televisiva” son expresiones metafóricas que se refieren al poder (Buonanno, 1993) Por lo que, toda compañía que posea el formato, posee el control del guión.

## **1.2. Los antecesores del *reality show***

### **1.2.1 El concepto de telebasura o *junk tv***

Se ha utilizado la terminología *Tele basura* en frecuentes ocasiones, ya sea para una crítica televisiva o en una disertación oral en los medios de comunicación sobre los nuevos contenidos televisivos o para la creación de una disertación de grado en la universidad. Pero ¿conocemos en realidad el origen de la palabra? Pues, al parecer, después de la investigación incluso hoy tendría una implicación específica y un origen, a veces, desconocido.

Si alguien se va a referir a la producción televisiva nacional a la ligera, debe comprender que el término tuvo un origen distinto, pues en inglés, antiguamente, se refería a los desperdicios y chatarras de los navíos en los puertos, concretamente, a los cables viejos (Palacios Rojo, 2008, párr. 1) que después devendría en toda una tienda de objetos de estos aparatos vetustos, para después, incluir piezas de otras maquinarias que no eran de origen naval.

A propósito de una lectura sobre el texto *Telebasura y democracia* de Gustavo Bueno, Antonio Palacios Rojo saca toda una reseña a cerca de los movimientos culturales que acompañaron al origen del concepto de reality show, no solo inmiscuidos en la televisión sino en el movimiento artístico entero.

Una de las producciones más importantes de ese tipo de manifestaciones culturales se dio a través del arte pop, llevado a cabo a fines de los años 60's. Como calificará el autor, es como si fuera un espíritu de *trapero*. Uno de los ejemplos citados es Robert Rauschenberg quien manejaba

elementos poco convencionales para sus obras de arte, como neumáticos pintados de colores vivos (Palacios Rojo, 2008, párr. 2)

### 1.2.2 Del arte conceptual al arte de chatarra

Prontamente, este concepto abarcaría un espectro mucho más amplio en cuestiones conceptuales, debido a que la aplicación del término *junk* se acularía también para denominar el consumo de drogas fuertes como la heroína. Sería una época marcada por la utilización constante de conceptos que romperían, en algún modo, con lo que se calificaba como tradicional o aceptable (Palacios Rojo, 2008)

El arte *junk* o *junk art* fue un término que se utilizó para denominar, en principio, al arte que consistía en la recolección y reciclaje de piezas de basura para elaborar una obra, siendo parte de los movimientos artísticos de la postmodernidad. Sin embargo, se podría entender el término hoy en día como si fuese un insulto a los estereotipos artísticos y televisivos que se presentan como parte de nuevas producciones (Palacios Rojo, 2008, párr. 1)

Cabe recalcar que, continuando con la impronta del postmodernismo en el arte, no solo tenemos como definición al *junk*, sino a muchos otros movimientos, como nos lo afirma Sara López Escalona, que menciona dos términos que podrían contribuir al estudio, el *pastiche* y el *kitsch*.

El primero hace referencia a la moda retro o la imitación de modas antiguas, mientras que el otro posee un origen anglosajón referente a la basura. Según López Escalona, el *pastiche* es un concepto que ha nacido en el seno de un pensamiento filosófico que acude a la escasez, al considerar que todo está hecho ya y que nada nuevo se podría inventar, así que la única salida sería decir lo mismo que ya se dijo, pero de diferente forma (López Escalona, 1995, p. 4)



El segundo alude al origen de dos posibles terminologías que son el *sketch* en el vocablo inglés o el *etnvas verkistchen* o *kitschen* que vendría a significar: recoger las inmundicias de la calle, en donde dice:

“Los angloamericanos hablan de *junk art* para referirse a cierto arte que utiliza desechos. Al preguntamos sobre el origen del *kitsch* nos enfrentamos a dos posturas:

- los que afirman que ha existido siempre;
- quienes opinan que es de la segunda mitad del siglo XIX” (Escalona, 1995, p. 5)

La definición de lo *kitsch* concretamente apuntarían a la reutilización de algunos temas artísticos para sacarlos de contexto, como imitaciones de la Monalisa o de la Torre de Pisa como dice la autora. Esta suerte de manejo descontextualizado significaría una prostitución de la misma para masificarla y reproducirla con fines comerciales (Escalona, 1995, p. 5)

Todas y cada una de las producciones de la cadena Endemol han cumplido, de alguna manera, con este estereotipo que, aparte de haber nacido en la inspiración de una idea literaria, fueron masificados y reproducidos con fines comerciales, habiendo cumplido las condiciones del espíritu postmoderno, como lo afirma el texto anteriormente citado.

Pero, ¿es posible calificar las producciones televisivas como pastiches o *kitsch*? Para responder eso se debe analizar detenidamente los casos históricos más importantes de los años 70's en el seno artístico.

### **1.2.3 Los descabellados experimentos de Andy Warhol**

Como mencionaba anteriormente Palacios Rojo, la espiritualidad postmoderna obedeció a sobremanera la producción de prototipos artísticos de reciclaje y, literalmente, utilizó restos de cosas para efectuarlas. Uno de sus máximos exponentes es Andy Warhol. Este cineasta tomó como fuente de

inspiración los restos vivos de la sociedad, es decir, a los personajes ignominiosos por excelencia (Palacios Rojo, 2008, párr. 10)

Las prostitutas, los travestis, los homosexuales y fantoches, todos eran personajes posibles para Warhol, incluso, los drogadictos. Todo en materia execrable (Palacios Rojo, 2008, párr. 11)

Con respecto al tema de las ignominias, ya diría el poeta José Agustín Goytisolo:

“En tiempos de ignominia como ahora  
A escala planetaria y cuando la crueldad  
Se extiende por doquiera fría y robotizada  
Aún queda buena gente en este mundo  
Que escucha una canción o lee un poema:  
Es el canto, la voz y la palabra: única patria  
Que no pueden robarnos ni aún poniéndonos  
De espaldas contra el muro.  
Que nadie piense nunca:  
No puedo más y aquí me quedo. Mejor mírales  
A la cara y decir alto: tirad hijos de perra  
Somos millones y el planeta no es vuestro. (Goytisolo, 1997)

En el poema se relata, a través de los ojos de alguien que vivió los estragos de la guerra civil española, cómo la vista de lo ignominioso alude, en seguida, a la perspectiva de la crueldad y de la homologación del pensamiento. Aunque, en palabras de Palacios, vendría a ser como la preferencia por lo que está apartado de la sociedad con cierto ascetismo.

Lo que hacía Andy Warhol en su obra denominada *The Factory*, era mostrar aquellos rescoldos de la sociedad en los que cae, por así decir, todo lo que no está de acuerdo con las normas y las leyes de lo moral y lo ético. De hecho, muchas obras literarias habrían tratado, posteriormente aquellos temas y sus implicaciones, recordando a uno de nuestros escritores, Pablo Palacio, como por ejemplo, su obra *Un hombre muerto a puntapiés* o el famosísimo *Antropófago*.

En estas películas, de carácter obsceno, se puede hallar una abundancia en la utilización de imágenes prohibidas o rechazadas, como aquella obra titulada *Blowjob*, la cual hace un primer plano de un hombre que disfruta de una felación, o como *Chelsea Girls*, que consiste en una proyección de dos pantallas simultáneas con dos películas; la primera contiene imágenes calientes y, la otra, imágenes frías, en un afán por hallar nuevas reacciones en el público (Palacios Rojo, 2008, párr. 7).

El hallazgo en los experimentos de Warhol presenta una pista memorable en cuanto a la dimensión del quehacer audiovisual, el cual encontró una dimensión otorgada por la ambivalencia del término *moving pictures*, como indica Palacios Rojo, con la que se denomina al séptimo arte, pero, en este caso, evocando una superficie apegada a lo pictórico (Palacios Rojo, 2008, párr. 5)

#### **1.2.4 Reacciones al fenómeno 1984**

Lógicamente, las reacciones críticas, que provienen en mayor medida de las perspectivas académicas sobre este asunto, han salido en varias secuelas, desde críticas, análisis, estudios, recreaciones y demás discursos. Sin embargo, hay uno en especial que utilizó, para la época de los años 80's, una forma muy creativa en la denuncia planteada por Orwell sobre el fenómeno de la omnicámara.

Se trata de la canción *Eye in the Sky* del grupo The Alan Parsons' Project, título homónimo del disco, cuya portada también causó debates en su momento. Si se analiza el símbolo que utilizó el grupo para elaborar su portada, se encontrará con el Ojo de Horus con un fondo verde, el cual, podría representar directamente al espía imaginario de Orwell.

Analizando un poco la letra de la canción, se obtendrá lo siguiente:

Letra en Inglés	Traducción
<p>* Don't think sorry's easily said  Don't try turning tables instead  You've taken lots of chances before  But ain't gonna give anymore  Don't ask me  That's how it goes  Cause part of me knows what you're thinkin'</p>	<p>* No pienses que decir lo siento fue fácil  no trates de voltear las cosas  has tenido muchas oportunidades antes  pero no te daré una más  no me lo pidas  así es como será  porque parte de mi sabe que estás pensando</p>
<p>* Don't say words you're gonna regret  Don't let the fire rush to your head  I've heard the accusations before  And i ain't gonna take any more  Belive me  The sun in your eyes  Made some of the lies worth beliving</p>	<p>* no digas cosas que te pesaran  no dejes que las malas palabras invadan tu cabeza  he escuchado las acusaciones antes  y no escuchare una más  créeme  el sol en tus ojos  ha hecho algunas mentiras creíbles</p>
<p>* I am the eye in the sky  Looking at you  I can read your mind  I am the maker of rules  Dealing with fools  I can cheat you blind  And i don't need to see any more  To know that  I can read your mind, i can read your mind</p>	<p>* soy el ojo en el cielo  mirándote  puedo leer tu mente  soy el que hace las reglas  tratando con tontos  puedo hacer trampa  y no necesito ver más  para saber que  puedo leer tu mente, puedo leer tu mente</p>
<p>* Don't leave false illusions behind  Don't cry cause i ain't changing my mind  So find another fool like before  Cause i ain't gonna live any more beliving  Some of the lies while all of the signs are  deceiving</p>	<p>* no dejes falsas ilusiones detrás  no llores porque no cambiare de idea  así que busca otro tonto como antes  pues ya no viviré más creyendo  algunas mentiras mientras todo parece engañoso</p>
<p>* I am the eye in the sky  Looking at you  I can read your mind  I am the maker of rules  Dealing with fools  I can cheat  You blind  And i don't need to see any more  To know that  I can read your mind, i can read your mind</p>	<p>* soy el ojo en el cielo  mirándote  puedo leer tu mente  soy el que hace las reglas  tratando con tontos  puedo hacer trampa  y no necesito ver más  para saber que  puedo leer tu mente, puedo leer tu mente</p>

Tabla 1: Fuente: Disco *Eye in the Sky* publicado en 1982 por artista records  
Traducción: [http://www.songstraducidas.com/letratrducida-Eye\\_In\\_The\\_Sky\\_\\_22747.htm](http://www.songstraducidas.com/letratrducida-Eye_In_The_Sky__22747.htm)

El coro de esta canción, en especial, hace una referencia directa a la descripción que hace el autor sobre el *Big Brother* al que se enfrenta su personaje, el mismo que reconoce, finalmente, amar al Gran Hermano.

### **1.3 Las franquicias del *Reality show***

#### **1.3.1 *Big brother* y sus cadenas**

Muchos años después del éxito de este nuevo formato, la cadena Endemol consiguió expandirse a varios países de Europa, como España, Francia, Italia, Reino Unido, Alemania, Bélgica y Portugal, así como sedes en América como los Estados Unidos, Argentina, Brasil y Chile; así como en países de Asia, Escandinavia, Australia y Rusia (Endemol, 2015)

En España bautizarían al proyecto Operación Triunfo, programa que sacó algunas secuelas en ese país y que fue difundido por la cadena televisiva TVE (Televisión Española) del que salieron estrellas que relucieron en la palestra de la fama musical hasta hace algunos años, como David Bisbal, David Bustamante y Chenoa.

Muchos otros programas cuyo éxito fue palpable para la televidencia fueron *Extreme Make Over -Cambio Extremo-*, *Cuestión de Peso*, *Fear Factor* o *Show me the Money* (Endemol, 2015) Sin embargo, es posible determinar que fueron las producciones más relevantes para la productora, ya que decidió comercializarlos a cadenas en todo el mundo, tanto de señal abierta como cable.

En algún punto de la historia de la televisión ecuatoriana, estos programas formaron parte de sus parrillas televisivas, algunos en horario estelar, como fue el caso de Teleamazonas y RTS, los cuales difundieron algunas de estas producciones. Concretamente, *Operación Triunfo* y *Cambio Extremo* estuvieron en Teleamazonas, mientras que *Fear Factor* estuvo en RTS (Alvarado, 2002)

### 1.3.2 Operación triunfo y similares

Una vez aproximado este análisis a los tipos de Reality Show afines al objeto de estudio, es momento de profundizar sobre los subgéneros que devinieron del Gran Hermano y que adaptaron sus formatos a los de concursos de búsqueda de talentos que tuvieron mucha importancia en la creación de los programas actuales.

Uno de ellos, el más importante, es *Operación Triunfo*, el cual tenía un formato de concurso en el que 16 jóvenes entraban en una especie de academia para aprender artes musicales y escenográficas. El concurso se desarrollaba sobre un formato de competencia por eliminatorias, en el que, el público participaba como parte del jurado (Cáceres, 2002)

Cada día, la presentación de nuevas situaciones dentro la casa-academia en la que convivían estos jóvenes era impredecible, surgía como por arte de magia sin la necesidad de acudir a un guión. Por supuesto, los participantes se acogieron a las normas propuestas por la productora, mediante las que mantenían bajo control el desenvolvimiento del programa.

Al final, únicamente una joven llamada Rosa López, el 11 de febrero de 2002, terminó como la ganadora de la primera temporada de Operación Triunfo, después de haber pasado a la final junto con los participantes David Bisbal y David Bustamante. Ese día los récords de audiencia se elevó sobre los 12 millones de espectadores (Cáceres, 2002)

El programa empezó a transmitirse el 22 de octubre de 2001 con un cifra de 12'876 000 espectadores y al final alcanzó los 15'356 000 espectadores, una cifra que rompió todos los precedentes y que situó a la televisión española en una importante cifra de negocios (Cáceres, 2002) La autora, en este punto se pregunta cómo un programa que no se ajustó al canon típico de los show que muestran intimidad y amarillismo pudo lograr tal récord.

Cabría hablar entonces de los que son los concursos, los cuales han generado, en los últimos años, una preferencia sobre la producción masiva de programas de televisión. Los concursos, siguiendo a Cáceres, vendrían a ser uno de los formatos más populares en las audiencias mundiales, algunos utilizados, a riesgo de la cadena televisiva, como rellenos.

En la temporada de 1997 al 1998, los concursos culturales cobraron un auge en España. Posteriormente, para los años 1999 y 2000, los programas recibieron la influencia de los formatos extranjeros, de los cuales se ejemplifica el famoso concurso titulado ¿Quién Quiere ser millonario?, conocido en España como ¿Quiere ser millonario?, el cual resultó ser una revelación en la temporada (Cáceres, 2002)

Aquel concurso había tenido un éxito precedente en países como Reino Unido y Estados Unidos, el mismo que consistía en poner a prueba los conocimientos generales del participante a través de preguntas que van desde la más sencilla, hasta la más complicada, teniendo muchas posibles respuestas y campos de la información, no solo el erudito, sino también el popular.

Otro elemento que pudo haber reforzado el interés de los participantes fue el aumento en la cuantía de los premios. Cáceres cita un ejemplo, en el año 2000, el programa otorgó un premio de 50 millones. En el año 2001 el premio ascendió a la cantidad de un millón de euros. Desde luego, los ganadores resultaron siendo gente común, perteneciente al segmento de la televidencia (Cáceres, 2002)

En el programa Operación triunfo, sumadas las características antes mencionadas. la estructura argumentativa del programa contó con algunos personajes que iban desde los concursantes, los maestros de la academia, el conductor y, finalmente, el público. Según el análisis de Cáceres, el discurso presentado por el conductor, el jurado y los concursantes estuvo siempre encaminado a destacar los aspectos positivos, evitando cualquier tipo de estridencia o conflicto.

Con el paso de los años, el programa generó algunas secuelas entre las que se pueden destacar ocho ediciones del programa hasta el año 2011, varias ediciones especiales como las de temporadas de navidad, la grabación de un disco con los temas de los concursantes de la primera temporada y una película documental titulada *OT: la película* (El confidencial, 2014)

Muchos otros programas, en cambio, imitaron el modelo de su antecesor, realizando diferentes propuestas adicionales en sus formatos y pertenecientes a otras cadenas televisivas como *Factor X*, *Idols* y *Popstars* de FrentleMedia, *The Voice* –La voz en español– de Talpa Media Group o *La academia* creada por Nostromo Productions.

### 1.3.3 *American idol*

Dentro del mecanismo comercial de una franquicia, es necesario saber que una de las máximas propuestas por la economía mundial ha sido siempre la creación de una competencia inmediata, sobre la base del conocimiento de las estrategias del contrincante, algo que decidió hacer oportunamente la productora FrentleMedia con la idea de Simon Fuller que comenzó a transmitirse por la cadena Fox el 11 de junio de 2002.

Junto con su formato para concursantes latinos *Latin American Idol*, se ha convertido en una de las franquicias de programas concurso para cantantes más exitosas de todos los tiempos, el mismo que cuenta con 11 ganadores de diferentes temporadas. Kelly Clarkson fue la primera concursante en convertirse en ganadora (RPP, 24 de Mayo de 2012)

Según lo que mencionaron los medios, la participante no fue vista como una posible ganadora, pero logró impresionar a los jueces con la presentación de los temas *Natural Woman* de Aretha Franklin y *Stuff like tha there* de Betty Hutton. Finalmente, se coronó un 4 de septiembre de 2002 (RPP, 24 de Mayo de 2012)



El ganador de la segunda temporada se llama Ruben Studdard. El ganador de la edición número 11, Phillip Phillips.

#### 1.3.4 Popstars

Algunas de las franquicias también han llegado al Ecuador, como la actual *La voz, edición Colombia* transmitido por el canal Ecuavisa y Got talent, transmitido también por el mismo canal, los cuales han levantado un importante demanda en el público. Sin embargo, se podría marcar un antes y un después en la recepción de estos formatos televisivos.

Uno de los más importantes, que generó todo un fenómeno en el país y en su televidencia fue Pop- Stars –Estrellas del pop en su traducción- que habría catapultado a la fama a un grupo de chicas de distintas edades, etnias y posición económica, conocido como Kiruba. Según el análisis de David Cañizares Coello, en su disertación afirma que: “Luego del fenómeno Kiruba, grupo proeniente de un reality show llamado Pop-stars que salió en Teleamazonas hace un par de años, los artistas nacionales empezaron a llenar estadios y coliseos en toso el Ecuador” (Cañizares, 2008, p.12)

Cabe resaltar que esta disertación está enfocada en el tema del marketing para dar respuesta a una problemática muy simple: el posicionamiento comercial de un producto musical. En concreto, las respuestas que halla el autor sobre el fenómeno posterior al grupo Kiruba son interesantes para el análisis. Por ejemplo, menciona la gira titulada “Juan Fernando Velasco a lo grande”, del artista del mismo nombre, Juan Fernando Velasco, que utilizó un tratamiento específico del sonido, luces, escenario, publicidad y marketing, algo con lo que Kiruba había arrancado con fuerza (Cañizares, 2008, p.12)

Muchos otros artistas de la palestra nacional como Jorge Luis del Hierro, Tranzas, Verde 70 o Tercer Mundo sufrieron, asimismo, un impacto favorable. Pero, según el análisis, el mercado ecuatoriano se mostraba favorable en cuanto a la venta de entradas para conciertos, mas no en la venta

de discos originales, haciendo una especial mención al caso de la venta ilegal de discos o conocido como *piratería* (Cañizares, 2008, p.13)

Aun así, el factor que desfavoreció al grupo Kiruba para su permanencia en el mercado musical y laboral estuvo ligado a la falta de apoyo del canal Teleamazonas, quien figuró en un principio como productor del grupo pero abandonó el proyecto por falta de presupuesto (Cañizares, 2008, p.12)

### **1.3.5 Got talent y el media virus 3.0**

Ahora sí, el análisis se ha colocado próximo a su objeto de estudio, ya que presentará la franquicia que ha llevado a cabo, durante 3 temporadas y una cuarta por desarrollarse, al programa *Ecuador tiene talento*.

Después de haber revisado todos los antecedentes históricos y socio-culturales que abrieron camino para el programa antes mencionado, es posible abordar el origen comercial y el formato que este producto televisivo tiene. Se trata de la franquicia *Got Talent*, de origen británico, creado por Simon Cowell para la compañía SYCO, el mismo creador de *Factor X* (Fórmula TV, 2015)

Este es el show con mayor número de versiones en el mundo, llegando a una impresionante cifra de 50 por cada país en donde es transmitido, utilizando una fórmula muy sencilla en la adaptabilidad de su nombre, ya que en español significaría “tiene talento”. Cada país ha adaptado únicamente el nombre de su nacionalidad como en el Caso de Ecuador.

El formato del programa es sencillo y fácil de replicar, los concursantes pasan uno a uno frente a un número fijo de tres o cuatro jurados de distinta formación, procedencia y reconocimiento público, que evalúa la permanencia o invalidez del acto por medio de un timbre.

El público se consideraría como el cuarto o quinto miembro del jurado, el cual puede dirimir entre la salvaguardia o el rechazo de los participantes enviados a zona de riesgo. Este formato se presenta mucho más abierto que los antes mencionados, pues admite todo tipo de participantes, sin distinción del género o procedencia de sus actos artísticos (Fórmula TV, 2015)

Los elementos escenográficos, los discursos del jurado, las situaciones e, incluso, la conducción del programa están preparados a manera de discurso receta, a semejanza de los productos consumidos en restaurantes de comida rápida, esto se puede constatar mediante un concepto simple que servirá a este análisis, conocido como *Media Virus 3.0* (Moreno, Hugo, 2010)

Es concepto es un modelo de comunicación derivado de una serie de conceptos, ideas, técnicas y experiencias que conducen a una serie de resultados previsibles para lograr una comunicación asertiva. Se sustenta en el modelo de comunicación transversal que facilita la interacción de grupos sociales pequeños y grandes en redes sociales, medios de comunicación masiva o en la presencia pública (Moreno, Hugo, 2010)

Esta teoría se nutre de teóricos como Marshal McLuhan, Douglas Rushkoff, Tim O'Reilly y Jeffrey Zeldman. Consiste en la integración y descripción de procesos de comunicación que permiten alcanzar niveles de impacto y la creación de experiencias e influencia local, regional, mundial o en grupos humanos específicos (Moreno, Hugo, 2010)

Una de las premisas que soportan su aplicación es que parte de la comprensión del medio y de sus posibles usos. Además, el modelo se funda en las siguientes premisas:

“ 1. El impacto del mensaje en los receptores es hoy mayor, ya que asalta, directa e indirectamente, por múltiples sentidos y en tiempo real, la esfera individual del sujeto convirtiéndolo no sólo en receptor pasivo sino en otro actor y replicante, lo cual hace más probable la comunicación asertiva.

2. Los medios de comunicación son complementarios; ninguno se elimina ni se entroniza sobre otro, simplemente todos pueden subsistir y dominar de acuerdo a las circunstancias y situaciones que se trate.

3. La comunicación es eficiente y eficaz cuando se parte de una combinación de las plataformas mediáticas adecuadas a las situaciones y contextos determinados y específicos.

4. El funcionamiento de la comunicación y la sociedad actual se basa en los tejidos y las redes, por lo que la asertividad es aquella que parte del impulso de procesos transversales del entramado en el que se deseé influir, considerando los tiempos, la oportunidad y la frecuencia de los mensajes, de acuerdo a las características de la red de que se trate.

5. La comunicación se hace entre seres humanos y mucho de ella es universal y, geopolíticamente, susceptible de regionalizarse o globalizarse.

[www.mediavirus3.com](http://www.mediavirus3.com)

6. Los medios de comunicación y las tecnologías disponibles hoy, contribuyen a la generación de micro y macro atmósferas donde se legitima o rechaza un mensaje, la idea, el propósito, la imagen, el posicionamiento de una persona, corporación, organización, gobierno, etcétera.

7. En la estructura comunicacional actual, más orgánica, los mensajes adquieren, una vez sometidos a un tratamiento de una adecuada estrategia mediática, la característica de viralidad, por lo que son susceptibles de contagio o inoculación, mediante procesos que pueden ser espontáneos, pero la mayor parte de ellos son intencionales, deliberados y planeados.

8. La influencia de la atmósfera mediada en la vida personal es propiamente inevitable; por lo que este modelo aplica a cualquier situación y se generaliza desde una necesidad interpersonal o grupal, hasta la participación en los circuitos más amplios de intervención de medios de comunicación a nivel internacional.

9. La comunicación hoy es en tiempo real e interactiva; su vigencia es más efímera, pero calculable, y tiene un impacto en múltiples dimensiones que recorren parte del tejido social, en numerosos planos.

10. Las generaciones de seres humanos del siglo XXI viven en medio de una cultura de pensamiento múltiple, no lineal, sino tipo mosaico y muy demandante de información que requiere ser constantemente actualizado. La tecnología acorta la distancia entre lo que deseamos de información y lo que obtenemos, ahí el éxito de lo viral.

11. La segmentación de los públicos objetivos a los que se orienta el mensaje debe considerar canales, medios y rutas directas e indirectas, así como formas de procesamiento de información uni, multi y transmedia.“ (Moreno, Hugo, 2010, pp. 3 y4)

El autor analiza la aplicación de este modelo comunicativo en la producción de la franquicia *Got Talent*, específicamente en la versión *British Got Talent* en la cual analiza el caso de la participante Susan Boyle.

Afirma que esta cantante y voluntaria de la iglesia católica escocesa que inició su carrera en 1984. En 1995, había intentado saltar a la fama en un programa televisivo pero no logró más que ser objeto de burlas por su apariencia y torpeza involuntaria, sobre todo y más allá de eso, porque en ese entonces no existían las condiciones mediáticas adecuadas para valorar su talento.

Sin embargo, su persistencia la llevó a participar en otro programa de televisión británico y a los 48 años de edad, Boyle interpretó de nuevo ante las cámaras, catorce años después de su fracaso en tv, una versión de *I Dreamed a Dream* del musical *Los Miserables* en la primera ronda de la tercera serie de Britain's Got Talent, que se transmitió el 11 de abril de 2009 (Moreno, Hugo, 2010)

Su voz fue tan destacada que recibió de inmediato la ovación de la audiencia, atrayendo para sí los votos de los jueces Simon Cowell y Amanda Holden, y de Piers Morgan. Luego, el video de este programa viajaría en Youtube donde logró, en los primeros días, que millones de usuarios reprodujeran y conocieran lo que ocurrió en aquel programa británico; hoy tiene más de 300 millones de reproducciones (Moreno, Hugo, 2010)

## **1.4 Los países tienen talento**

### **1.4.1 Ecuador tiene talento**

El programa televisivo *Ecuador tiene talento* es una versión de la franquicia británica *Got Talent*, adaptada al medio televisivo ecuatoriano, bajo el nombre de la nacionalidad y el modo predicativo utilizado para la continuación de la frase discursiva.

Empezó a transmitirse en el 25 de marzo de 2012 en el horario de las 20:30 en conmemoración a los 45 años de Ecuavisa que hizo su primera transmisión en HD (*Highquality Display*). El monto del premio prometido para esta primera temporada fue de 20 000 dólares americanos, del que resultó ganador el concursante Luis Castillo, un actor de origen humilde que se ganaba la vida por medio del teatro callejero.

El concursante mencionó en reiteradas ocasiones, durante la transmisión del programa, que su interés no era económico, sino el deseo de participar y superarse a sí mismo; al finalizar el concurso, donó una parte de su premio para obras benéficas.

El formato de programa fue sencillo, consistió en un concurso abierto con la audición de varios participantes que tuvieron un tiempo límite de dos minutos para llevarlo a cabo. Los jueces, que fueron tres en este caso (cuatro desde la segunda temporada) aprobaban la permanencia del concursante si durante los dos minutos no presionaba el botón señalado por una X.

Después de audicionar a más de 7000 concursantes, únicamente estuvieron dentro del concurso 350, de los cuales, semana a semana, se iban eliminando en rondas progresivas. Cada programa estuvo conformado por la participación de 10 a 15 participantes. Las audiciones se llevaron a cabo en las ciudades de Loja, Ibarra, Esmeraldas, Quito, Santa Elena, Guayaquil, Manta, Machala, Riobamba, Puyo, Cuenca, Ambato y Quevedo

### 1.4.2 Temporadas

El programa ha transmitido ya, desde el año 2012 en adelante, tres temporadas completas, en las que se han hecho algunas modificaciones, como por ejemplo, en los miembros del jurado y la cantidad de votaciones, los conductores del programa, las situaciones planificadas a través del guión, las exigencias en las participaciones, el número de concursantes, el lugar de las audiciones (que ha incluido a concursantes que viven en otros países), entre otras.

En este año se han llevado a cabo ya las audiciones para la cuarta temporada que está prevista para el segundo semestre del año 2015. Las ciudades en donde se efectuaron los casting fueron:

- “1) Cuenca Martes 27 de Enero
- |||2) Loja Jueves 29 de Enero
- |||3)Ibarra Martes 3 de Febrero
- 4) Quito Jueves 5 de Febrero
- 5) Ambato Sábado 7 de Febrero
- 6) Sto.Domingo Lunes 9 de Febrero
- 7) Machala Jueves 12 de Febrero
- 8) Portoviejo Viernes 20 de Febrero
- 9) Guayaquil Lunes 23 de Febrero
- 10) España Entre el 3 Y 11 de Marzo”

El programa también contó con la realización de dos suplementos matutinos, que se encargaron de la cobertura “tras bastidores” con la transmisión después del programa En Contacto. Estos fueron *Estrellas* y *Estrellados*, adaptado a los formatos de la primera y segunda temporada con la conducción de Henry Bustamante y Diego Spotorno y la segunda titulada *Locos x el talento* para la tercera temporada conducida por Henry Bustamante y Michela Pincay.

### 1.4.3 Delimitación del objeto de estudio

Finalmente, luego de un conocimiento amplio de las circunstancias que contextualizan al objeto de estudio de este análisis, se puede delimitar el campo sobre el que se aplicará la metodología de análisis, que pretende arrojar los resultados para responder a la pregunta *Ecuador tiene talento: ¿talento o imagen mediática?*

Es necesario aclarar que, bajo ninguna circunstancia, este estudio pretende determinar ningún parámetro que no sea cuantitativo o cualitativo sobre los elementos versados en el análisis, ya sean simbólicos, semánticos, gramáticos o audiovisuales, que no generen resultados puramente científicos.

Todo juicio de valor será acogido después del análisis bajo el criterio del lector de esta disertación, que será el que juzgue finalmente si acepta este producto televisivo dentro de su propio criterio formativo.

Por lo que, el análisis será aplicado únicamente sobre dos temporadas clave, la primera y la segunda, las cuales, por antonomasia, tuvieron la mejor acogida entre el público televidente, así como presentaron la mejor faceta de análisis, siendo sus características las que conduzcan a la metodología para obtener los resultados.

Así también, el análisis se efectuará únicamente sobre los productos televisivos transmitidos durante dichas temporadas y sus secuelas, excluyendo del análisis a posibles productos externos, críticas, información extra y parodias del mismo. Únicamente se analizarán los contenidos de los programas, bajo la elección de ciertos episodios estratégicos.



## **Capítulo II**

### **Definición de la perspectiva de estudio para la disertación**

#### **El análisis de discurso y el análisis de contenidos**

### **2.1 El análisis del discurso**

#### **2.1.1 Origen de la metodología del análisis del discurso**

Un primer enfoque teórico elegido para nuestro estudio será el análisis de discurso; concretamente el método postulado por las teóricas Helena Casamiglia Blancafort y Amparo Tuson Valls.

Esta teoría nace a partir de una ramificación de la lingüística aplicada y el primer lingüista moderno en utilizarlo fue Zellig Harris. Este primer modelo consistía en utilizar un criterio de la distribución complementaria, al igual que como se procede con la fonología. De esta manera se retoman los procesos de la lingüística descriptiva para realizar una conexión entre situación social y uso lingüístico (Calsamiglia & Tuson, 1999).

La disciplina de Análisis de discurso, como tal, surgió en los años 1960 y 1970 y se aplicó en varias disciplinas y países al mismo tiempo. Por mencionar algunos ejemplos tenemos: la antropología, la lingüística, la filosofía, la poética la sociología, la psicología cognitiva, entre otras (Calsamiglia & Tuson, 1999).

El desarrollo de esta disciplina fue paralelo y relacionado junto con otras *transdisciplinas* como la semiótica y la semiología, la pragmática, la psicolingüística, la socio-epistemología y la etnografía de la comunicación. En los últimos años el AD se ha hecho muy importante como aproximación cualitativa en las ciencias humanas y sociales.

Teun Van Dijk, en el año de 1992, sugiere que en todos los niveles del discurso podemos encontrar "huellas del contexto". Estas huellas o indicios permiten entrever características sociales de los participantes como por ejemplo sexo, clase, etnicidad, edad, origen, posición y otras formas de pertenencia grupal. Además, sostiene que los contextos sociales son

cambiantes y como usuarios de una lengua seguimos pasivamente a los dictados de grupo, sociedad o cultura.

Los métodos del Análisis de Discurso son en general cualitativos: descripción detallada de las estructuras y estrategias de los discursos escritos o hablados, en varios niveles: sonidos y estructuras visuales y multimedia, la sintaxis (estructuras formales de las oraciones), la semántica (las estructuras del sentido y de la referencia), la pragmática (los actos de habla, la cortesía, etc.), la interacción y la conversación, los procesos y representaciones mentales de la producción y de la comprensión del discurso, y las relaciones de todas esas estructuras con los contextos sociales, políticas, históricas y culturales (Van Dijk, T. A. 1997)

En ese sentido el Análisis de Discurso se distingue del análisis de contenido, en que este es un método más bien cuantitativo de las ciencias sociales que se aplica a grandes cantidades de textos, por ejemplo con una codificación de propiedades observables de los textos.

### **2.1.2 Procedimientos y descripción del manual**

La aplicación de la metodología de estudios está contenida en el texto de Calsamiglia y Tuson, las cuales describen el procedimiento a efectuar con claros detalles en cada uno de los ítems.

La primera sección del manual coloca una diferencia entre los contenidos orales y los contenidos escritos, determinándolos como discursos. El discurso oral posee sus propios elementos de análisis, los cuales, no pueden ser estudiados de la misma manera que los elementos del discurso escrito. Concretamente, para nuestro análisis habrá que separar los componentes del discurso de cada episodio entre discursos orales y discursos escritos (Calsamiglia & Tuson, 1999)

En un primer nivel de análisis los elementos deberán ser distinguidos de la siguiente manera

1) Para los discursos orales será necesario proceder del siguiente modo:

2) Situación de la enunciación	
3) Conversación espontánea	
4) Otras prácticas discursivas orales	
5) Competencia oral	
6) Aspectos psicosociales	
7) Elementos no verbales	a) Elementos proxémicos b) Elementos cinésicos
8) Elementos paraverbales	a) La voz b) Las vocalizaciones
9) Características lingüístico-sociales	a) Nivel fónico b) Nivel morfosintáctico c) Nivel léxico d) Organización textual y discursiva

Tabla 2: Fuente: (Calsamiglia & Tuson, 1999). Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso. Barcelona: Ariel.

2) Para los discursos escritos se llevará a cabo el siguiente análisis:

1) Situación de la enunciación	
2) Prácticas discursivas escritas	
3) Adquisición de la competencia	
4) Aspectos psicológicos de la actividad escrita	a) Proceso de escritura b) Proceso de lectura
5) Elementos no verbales de la escritura	
6) Características lingüístico-textuales	a) Nivel gráfico b) Nivel morfosintáctico c) Nivel léxico d) Organización textual y discursiva

Tabla 3: Fuente: (Calsamiglia & Tuson, 1999). Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso. Barcelona: Ariel.

En un segundo nivel de análisis se procederá a someter a los discursos a las siguientes categorías:

- 1) El contexto discursivo
- 2) Las personas del discurso
- 3) Las relaciones interpersonales
- 4) Los fines discursivos y procesos de interpretación

Una tercera y última fase del análisis someterá a los elementos a la determinación de las siguientes características:

- 1) Textura discursiva
- 2) Géneros discursivos y secuencias textuales
- 3) Modos de organización del discurso
- 4) Decir el discurso: registros y procedimientos retóricos
- 5) Obtención y tratamiento de los datos

### **2.1.3 Críticas a la perspectiva de estudio**

Desde luego, como en el caso de toda metodología, esta perspectiva ha recibido algunas críticas, ya sea por la convergencia de distintos tipos de datos que pretenderían muchas disciplinas condensadas en una sola práctica de análisis, hasta la indeterminación de ciertos objetos que, para el análisis, podrían quedar, relativamente, indefinidos.

Para tener mayor claridad, será necesario definir algunos tipos de análisis de discurso que se han aplicado ya en varios análisis académicos. Esta determinación podría ayudar a encontrar un punto de equilibrio en el procedimiento.

### **Análisis de discurso analítico lingüístico**

Una aproximación, que se podría llamar analítica, tiene su inspiración principal de la lingüística, y es más explícita, sistemática y de escritura en general más accesible que el enfoque filosófico. Aquí se estudia sistemáticamente y en muchos detalles las estructuras del discurso como objeto verbal (texto, argumentación, narración), como los temas, la coherencia local y global, los pronombres, el estilo, etc. Los nombres más destacados en esta línea muy diversa (y de origen sobre todo europeo) son: János Petöfi, Wolfgang Dressler, Robert de Beaugrande, Teun A. van Dijk, Ruth Wodak, Talmy Givón, Sandra Thompson, Robert Longacre, Michael Halliday, John Sinclair, Malcolm Coulthard, Petr Sgall, Frans van Eemeren, y Wallace Chafe. (Sierra Moreno, 2012)

### **Análisis de la conversación**

Otra línea más bien analítica, que surgió de la microsociología y la etnometodología, sobre todo en EE. UU., enfoca sobre el discurso como interacción, primero en el análisis detallado de las estructuras y estrategias de la conversación cotidiana, y después también las interacciones verbales en las instituciones y organizaciones. Esta línea, que se conoce sobre todo como análisis de la conversación tiene muchas relaciones con la pragmática, la sociolingüística interactiva, en psicología discursiva (dentro de la psicología social) y la línea de la etnografía de la comunicación en antropología. Analistas prominentes de la conversación son, entre otros, Erving Goffman, Harvey Sacks, Emmanuel Schegloff, Gail Jefferson, John Heritage, Paul Drew, Paul ten Have, Charles y Marjorie Goodwin, y Douglas Maynard (Sierra Moreno, 2012).

## **2.2 El análisis de contenidos**

### **2.2.1 Delimitación objetiva del campo de estudio vs necesidades del análisis**

Una perspectiva de estudios considerada como una metodología alterna al análisis de discursos es el análisis de contenidos, el cual, propone distinguir el origen de una publicación o documento para después aplicar el análisis en forma adecuada, evitando posibles interpretaciones antojadizas o llevadas por criterios personales.

Según Flory Fernández, la metodología de análisis empezaría por la determinación u origen documental:

“Las publicaciones impresas pueden ser de naturaleza variada, tales como:

- ✧ Documentos personales: cartas, agendas, diarios, memorias, autobiografías, sermones, discursos.
- ✧ Obras de creación literaria: poemas, cuentos, ensayos, novelas, historias, obras de teatro.
- ✧ Documentos institucionales: agendas, afiches, carteles, consignas, folletos, minutas de juntas, resúmenes ejecutivos, reglamentos.
- ✧ Informaciones periodísticas: anuncios, editoriales, comentarios, artículos.
- ✧ Productos del trabajo de campo: material etnográfico, historias de vida.
- ✧ Obras de carácter científico: reportes de investigación, revistas, libros, enciclopedias.

Por su carácter de fuente secundaria de información, tales publicaciones pueden verse afectadas por las percepciones e interpretaciones personales de sus autores y sus competencias para tratar el asunto en cuestión, por las razones y los intereses personales, grupales, organizacionales o de otra índole para su elaboración, por la diferencia temporal entre el momento de la observación y el momento del registro, por la confiabilidad de las fuentes primarias utilizadas en su elaboración, etc.” (Fernández, 2002, p.2)

El segundo paso a realizar estaría en definir la población que se desea estudiar, la selección de la muestra adecuada a los intereses y necesidades particulares del estudio, la determinación de las unidades de análisis y de

contexto como sujetos de la observación, la construcción de las categorías como elementos de las variables cualitativas investigadas, la codificación, la cuantificación y el análisis de los resultados encontrados (Fernández, 2002, p.3)

Para determinar cada una de estas categorías la metodología ha fijado ciertos puntos de interés que podrían estar relacionados entre sí o de manera indistinta, produciendo una determinación exhaustiva que podría alargar el procedimiento, para lo cual podría recudirse el análisis al de pocos elementos, pero mediante la aplicación exhaustiva del análisis (Fernández, 2002, p.3)

### **2.2.2 Tipos de contenidos**

Según el Manual del análisis de contenidos, el análisis podría devenir en ciertos tipos de información que requerirían de una categorización detallada, por lo que se ha determinado distintas categorías para cada una de las características del mismo.

#### **La determinación de la población:**

“La población está compuesta por todas y cada una de las unidades documentales escritas, susceptibles de ser estudiadas con el análisis de contenido y de interés para los propósitos y necesidades de cada investigación en particular, por lo que debe delimitarse en forma precisa desde el inicio de las mismas.” (Fernández, 2002 p.38)

#### **La selección de las muestras:**

“las muestras se hacen necesarias, dada la imposibilidad de estudiar toda la población, por posibles limitaciones de intereses, de tiempo y de recursos; en cuyo caso se debe seleccionar con base en los procedimientos estadísticos adecuados a cada caso en particular, como pueden ser: el muestreo aleatorio, el probabilístico, por cuota, el intencional, el accidental, el estratificado, de grupos, el sistemático, etc.” (Fernández, 2002 p.38)

### Sobre las unidades de análisis:

“Las unidades de análisis son los segmentos que interesa investigar del contenido de los mensajes escritos, susceptibles posteriormente de ser expresados y desglosados en categorías y subcategorías.” (Fernández, 2002 p.38)

### Las Unidades de contexto:

“son bases de sentido localizables dentro del texto, constituyen el marco interpretativo de lo sobresaliente de las unidades de análisis, se delimitan de acuerdo con ellas y en función del planteamiento teórico metodológico de cada investigación en particular.

Dichas unidades se definen con el criterio textual, si se hace en relación con alguna característica sintáctica, semántica o pragmática del entorno de las unidades de análisis o extratextual, si se toma en cuenta las condiciones de producción de los textos, en cuanto calidades de los autores, condiciones de la producción del texto, etc.” (Fernández, 2002 p.38)

### Las categorías:

“están compuestas por las variables de las hipótesis, por lo que reflejan las reflexiones hechas, a partir de las perspectivas teóricas adoptadas para cada investigación en particular y se transforman en los distintos niveles donde se expresan y desglosan las unidades de análisis.

Entre algunos de los requisitos mínimos que deben cumplir las categorías se encuentran los de ser:

- ✧ Pertinentes: adecuadas a los propósitos de la investigación.
- ✧ Exhaustivas: abarca todas las subcategorías posibles.
- ✧ Homogéneas: estar compuestas por elementos de naturaleza igual o muy similar.
- ✧ Mutuamente excluyentes: impedir, en la medida de lo posible, la posibilidad de que una unidad de análisis pueda simultáneamente ser ubicada en más de una subcategoría.” (Fernández, 2002. p.39)



## Las modalidades:

- “✧ Calidades de los actores: sexo (hombre, mujer), edad (niño, adolescente, adulto, anciano, etc.), estado civil (soltero, casado, unión libre, separado, divorciado, viudo), etc.
- ✧ Calidades de los receptores de la comunicación: sean estas personas, grupos, organizaciones, países, etc.
- ✧ Formas posibles de acción de los actores sobre los receptores: comunicación, educación, participación, facilitación, apoyo, negociación, manipulación, cooptación, coerción, etc.
- ✧ Materias o asuntos: susceptibles de ser tratados en los diferentes documentos, como por ejemplo, aquellos de índole histórica, geográfica, política, militar, económica, social, cultural, ética, moral, legal, laboral, científica, tecnológica, ambiental, etc. ✧ Sentido de la comunicación con respecto a alguna cuestión: favorable, indiferente, neutral, desfavorable, etc.
- ✧ Toma de posición del autor del documento escrito: activa/pasiva, afirmativa/negativa, amigable/hostil, aprobadora/desaprobadora, favorable/desfavorable, optimista/pesimista, definida/indefinida, concreta/ambigua, etc. ✧ Valores materiales o espirituales: los buscados o deseados por las personas, como: salud, amor, felicidad, familia, cónyuge, amigos, compañía, dinero, éxito, paz, etc.” (Fernández, 2002. p.39)

## La codificación:

“consiste en la transformación de las unidades de análisis, categorías y subcategorías, identificadas en los pasos anteriores, en unidades de registro que permitan su descripción para el análisis posterior, luego de la cuantificación de las mismas.” (Fernández, 2002. p.39)

## La cuantificación:

“se hace principalmente por la asignación de números a las variables, lo cual puede ser por medio del conteo de la cantidad de registros obtenidos para cada categoría después de la codificación; también por medio de la medición ordinal con asignación de rangos para agrupar los registros de cada categoría o mediante la asignación de términos calificativos, como originalidad, creatividad, interés, etc.” (Fernández, 2002. p.39)

El análisis por realizar:

“depende de los intereses de los investigadores y los objetivos de cada investigación, la existencia o no de hipótesis y el nivel alcanzado en la medición de las variables, recordando siempre que no deben hacerse más análisis de los necesarios.” (Fernández, 2002. p.39)

### **2.2.3 Elección múltiple de técnicas del manual**

Algunos de los elementos obtenidos para el análisis podrían ser más cualitativos que cuantitativos como los de la estadística descriptiva o cualitativos como los de tipo contingencia. Para determinar la conveniencia del uso de dichos elementos es necesario un procedimiento de decisión:

- “✧ En el primero: Lo que interesa es la asociación (implícita en el mensaje y que el análisis de contingencia permite hacer explícita) entre las palabras claves, temas u otros tipos de unidad de análisis.
- ✧ En el segundo: Se trata de poner de manifiesto la toma de posesión del emisor del discurso y los valores subyacentes en él
- ✧ Mientras que el tercero: Trasciende al emisor para ir al receptor, pero, curiosamente, sin abandonar al primero y sin llegar al segundo” (Jiménez 1993: 23 en Fernández, 2002 p.38).

Una vez culminado este paso se puede proceder a la finalización del tratamiento de la información, mediante el uso de los tipos de análisis y su metodología:

El análisis estructural del discurso: Se orienta a descubrir la lógica implícita del discurso, (para lo cual) es importante tener presentes sus tres características principales: es atemporal, es de implicación y no deductiva y es general y no antropocéntrica (Aguilar, 1996: 75 en Fernández, Flory, p.38).

El análisis estructural y la simbólica social: (donde) cualquiera que sea el texto analizado conviene caracterizar la situación de comunicación en la cual el locutor se encuentra. (...) El propósito es comprender las estructuras simbólicas que rigen las producciones discursivas de quien emite el discurso (Remy, 1996: 136 en Fernández, 2002 p.38).

El análisis estructural de textos: (que) busca las estructuras ideológicas de un texto tomado en sí mismo, cualquiera que sea su contexto, por la descomposición de las estructuras patentes en provecho de las estructuras latentes (Houtart, 1996: 155 en Fernández, 2002 p.38).

## **2.3 Otras perspectivas adicionales**

### **2.3.1 Industria cultural**

Fueron los filósofos de la escuela de Frankfurt Theodor Adorno y Max Horkheimer quienes utilizaron por primera vez este término de 'industria cultural en uno de sus textos *La production industrielle de biens culturels* (Barbero, 1987) donde se manifiesta la potencia de la radio, potencia del cine y potencia naciente de la televisión y cuya importancia en la actualidad son innegables ya que son los medios de comunicación masivos quienes definen las identidades de las actuales sociedades.

Al ser industrializadas, el futuro de la cultura ha trastocado las condiciones de elaboración y de circulación de todas las formas de expresión cultural. También cabe mencionar que dichos medios de comunicación ejercen una inminente influencia en la determinación de los roles de cada individuo de la sociedad.

A partir de esta pregunta surgen varias posibles respuestas que nos llevan necesariamente a hacer un análisis profundo y a inferir que las máquinas culturales han transformado, ya sea de un modo positivo o negativo, la vida cultural de la inmensa mayoría de la población y que estas tienen un impacto profundo en toda la sociedad ya que modifican y guían nuestra percepción de la vida.

En cierta medida, con unas condiciones económicas y políticas favorables, pueden impulsar a la acción educativa y fortalecer considerablemente la participación efectiva de las masas en la elaboración de su cultura.

Otro referente para pensar que las industrias culturales son un beneficio en nuestra sociedad es el gran progreso de la tecnología que ha permitido la multiplicación de los mensajes culturales a favor de la humanidad, este proceso ha permitido la aparición de nuevos productos que son mas accesibles en cuanto al ámbito económico por cada individuo de la sociedad, especialmente en los países ricos (Barbero, 1987)

La publicidad también ejerce una poderosa supremacía sobre la televisión, ya que esta constituye una fuente de grandes beneficios mayormente económicos y muchas veces influencia de manera negativa los programas, no solamente al interrumpirlos sino también al manipularlos, de modo que sus contenidos quedan deformados (UNESCO, 1982).

Finalmente se dice que la industria cultural influye de cierto modo en el comportamiento y actitudes de jóvenes y niños aunque no se tiene mucho conocimiento de este tema ya que sus investigaciones han sido pocas, incompletas e inciertas; se parte del supuesto que exista tal influencia esto acarrearía grandes problemas ya que en los medios de comunicación la visión del mundo es unilateral o simplemente falsa, ya que esta tiene enormes posibilidades de manipular libremente los hechos y, por ende, falsificar la historia.

### **2.3.2 Estética de la recepción**

La estética de la recepción es una de las distintas teorías literarias que analizan la respuesta del lector ante los textos literarios. En esta escuela se hace especial hincapié en el modo de recepción de los lectores, concebidos como un colectivo histórico. El teórico principal es Hans Robert Jauss, quien escribe desde finales de los años 1960, junto con Wolfgang Iser y Harald Weinrich. La teoría de la recepción ejerció una gran influencia hasta mediados de los años 1980, sobre todo en Alemania y la Europa Occidental.

Este análisis textual se centra en el ámbito de la "negociación" y "oposición" sobre parte de la audiencia. Esto implica que un texto (ya sea un libro, una película, o cualquier otro trabajo creativo) no es siempre interpretado con las mismas motivaciones por las que fue escrito, sino que el lector lo hace basado en su bagaje cultural individual y en sus experiencias vividas. De esto se desprende que la intención del autor puede variar considerablemente de la interpretación que le dé el lector.

Jauss distingue así 2 tipos de horizontes:

Horizonte de Expectativas: Implicado directamente en la obra

Horizonte de Experiencias: Suplido por el receptor (Jauss, 1992)

Entre ellos lo que el investigador puede hacer es encontrar la comunicación literaria, oculta por lo que suele llamarse "hechos literarios". El Objetivo de las nuevas investigaciones orientadas hacia una estética de la recepción es que exijan una teoría literaria capaz de tener en cuenta la interacción entre producción y recepción.

### **2.3.3 Fenómeno mediático**

Es el concepto que se acopla por excelencia en la definición del suceso a examinar, puesto que nombra la acción directa que realiza el medio de comunicación a la hora de crear o promover talentos por medio de los *reality shows* (Ortega y Gasset, 1962)

Al hacer un recorrido por la programación de la televisión en los últimos años, nos encontramos con que seguimos contando con una programación centrada en el entretenimiento, sin olvidar que hemos tenido algunos periodos interesantes en cuanto a programas noticiosos "alternativos", pero que se ha quedado en eso, episodios que no han llegado a concretar un cambio en nuestra televisión (Garay Cruz, 2006)

Si hacemos el recuento de los canales de televisión de señal abierta encontramos algunas horas dedicadas a programas informativos, unas cuantas más a la difusión de la cultura y casi nulas horas a programación de divulgación científica; por otro lado tenemos un gran número de horas destinadas al entretenimiento.

Lo anterior no es nada nuevo, ha sido la constante en la historia de la televisión mexicana y es un tópico sobre el cual se han escrito numerosas páginas a lo largo de diversas investigaciones en el terreno de la comunicación y los medios de comunicación colectiva (Garay Cruz, 2006)

Según la autora, es así que este breve ensayo decidí encaminarlo más hacía una revisión del concepto de audiencia y vincularlo a la televisión, pues es justamente la audiencia la que aparentemente no juega un papel fundamental cuando hablamos de medios, pero es a la vez la que establece preferencias sobre la programación.

Para hacer este recuento sobre lo del concepto de audiencia debemos comenzar con el concepto de masa, pues es un apelativo que se ha empleado constantemente para hablar de la gente que atiende la programación de los medios colectivos, especialmente aquellos que prefieren la televisión (Garay Cruz, 2006)

Charles Wright en *La Comunicación de Masas*, afirma que la comunicación colectiva es diferente de otras manifestaciones comunicativas porque se dirige a un auditorio relativamente grande, heterogéneo y anónimo, los mensajes son transmitidos públicamente y llegan simultáneamente a una gran cantidad de personas.

### Capítulo III

#### Aplicación de la metodología de análisis

#### Selección de episodios reality show ecuator tiene talento

### 3.1 Análisis de discurso del primer episodio de la primera temporada

#### 3.1.1 Primera fase

##### Determinación de discurso oral

Situación de la enunciación	<p>* <b>Situación:</b> <u>Prototípica</u>; hay un nivel de interacción <u>simultáneo</u> y <u>cara a cara</u> entre interlocutores participantes, pero no prototípica con el televidente.</p> <p>* <b>Inicio:</b> uso de saludos, halagos y ofrecimientos al interlocutor televidente y participante en modalidad <b>formal</b> “Bienvenidos al programa que descubre los mejores talentos del país”</p> <p>* <b>Final:</b> el conductor se despide en modalidad <b>informal</b> “chicos gracias a todos, ahh” de espaldas al televidente.</p> <p>* <b>Canal:</b> directo entre interlocutores participantes y jurados, pero diferido entre interlocutores, conductor y televidente.</p>
Conversación espontánea	Heteroselección: los interlocutores seleccionan al siguiente hablante
Otras prácticas discursivas orales	<p><b>Tertulia:</b> entre interlocutores jurados y participantes</p> <p><b>Presentación:</b> de conductor a televidencia</p>
Competencia oral	<p>Órdenes del jurado</p> <p>Charlas entre jurado y participante</p> <p>Participaciones artísticas de participantes</p> <p>Preguntas entre jurados y participantes</p>
Aspectos psicosociales	Estrategia positiva en interlocutores, pese a desaprobación por calificación
Elementos no verbales	Emblema del programa colocado en el escenario de forma permanente, símbolo de la estrella en el emblema, símbolos cruzados x frente al concursante –tres en total, una por jurado-, bandera del Ecuador, colores amarillo, azul y rojo, iluminación cálida en el escenario y fría en el jurado. Espacio detrás del escenario, y el escenario en sí, forma cuadriculada plana.
Elementos paraverbales	<b>La voz:</b> colocada todo el tiempo al frente para la locución de jurados y presentador. Colocada por detrás en el caso de participantes. Diego Spotorno hace respiraciones alargadas entre ciertas frases

	<p><b>Las vocalizaciones:</b> tono suavemente impositivo en jurados y tembloroso en participantes, ligeramente tembloroso en presentador y, algunas veces, dramático.</p>
<p>Características lingüístico-sociales</p>	<p><b>Nivel fónico:</b> ¡Qué, ¿estás loco?!, ¡Fuerza!, ¡Por mis hijos! ¡Wuu! ¡Esa es una buena canción!</p> <p><b>Nivel morfosintáctico:</b> el participante hace una buena presentación, el público responde con aplausos, el locutor alaba la participación, discurso motivador del jurado, se quebranta la voz.</p> <p><b>Nivel lexical:</b> varias interjecciones populares como <i>¿por qué no dijiste que...?, era medio duro para bailar.</i></p>

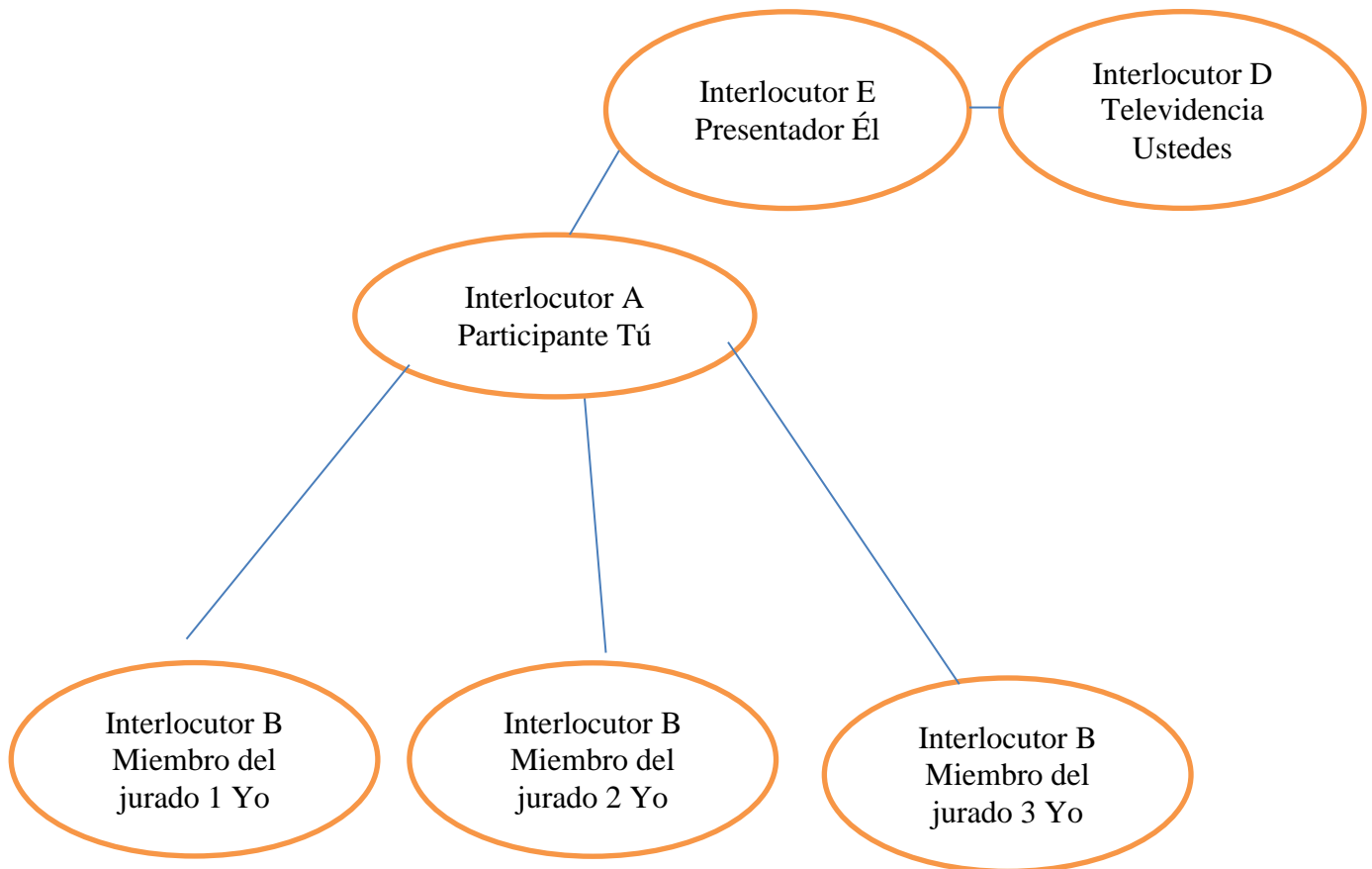
Tabla 4: Elaborado por: Luis Encalada



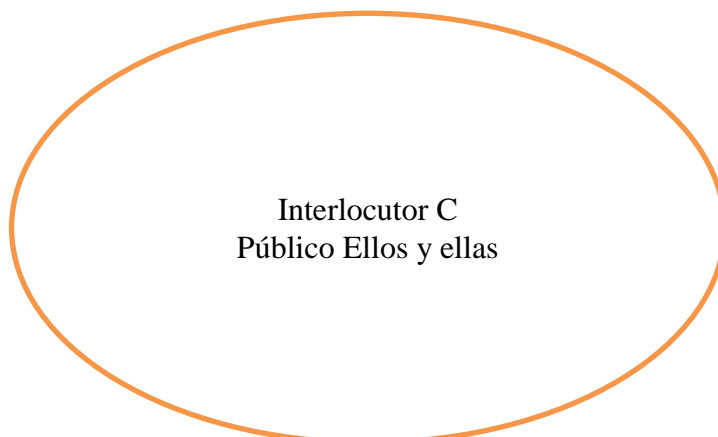
### 3.1.2 Segunda fase

Después de esta primera fase será posible determinar algunos aspectos importantes del contexto discursivo que engloba algunas de los elementos que aparecen en el análisis anterior.

#### El contexto discursivo



Están un tanto excluidos de la relación



### Las personas del discurso

- a) El Yo se inscribe a través de las afirmaciones constantes de los miembros del jurado sobre sus opiniones acerca de los actos presentados
- b) El Tú se inscribe, nuevamente, por medio del interlocutor jurado quien afirma o niega la existencia del participante y del acto en sí
- c) La tercera persona del plural se afirma en las opiniones que acuerdan o desacuerdan el veredicto del jurado
- d) La segunda persona del plural afirma en forma elegante y cortés dentro del registro del habla ecuatoriana la existencia de la televidencia
- e) La tercera persona del singular nunca se afirma a sí misma ni a través de terceros, solamente se ocupa de afirmar al yo, tú y ustedes.

### Las relaciones interpersonales

- a) Interlocutor B jurado 1 Diego Spotorno, maneja una situación equilibrada entre simpatía y antipatía
- b) Interlocutor B jurado 2 Karla Canora, maneja siempre simpatía, cordialidad y comprensión emotiva
- c) Interlocutor B jurado 3 Jaime Enrique Aymara, maneja cortesía, comprensión, tolerancia y, a veces, ciertas dosis de silencio
- d) Interlocutor A, participante, dependiendo de quien ocupe su lugar puede tener una estrategia impredecible, pero, por lo general, suelen tener cortesía, amabilidad y una cierta dosis de nerviosismo y miedo.

c) Interlocutor C, público, utiliza una estrategia de apoyo constante al participante, actitud positiva y comprensión

d) Interlocutor E, conductor, siempre utiliza la costesía

e) Interlocutor D, público, podría tener varias reacciones que no se pueden determinar.

Ahora, en la determinación de las modalidades, entre interlocutores A y B existe una modalidad epistémica, la constante búsqueda entre lo cierto y lo probable, lo dudoso y lo improbable, en ello consiste la labor del concurso.

#### Los fines discursivos y procesos de interpretación

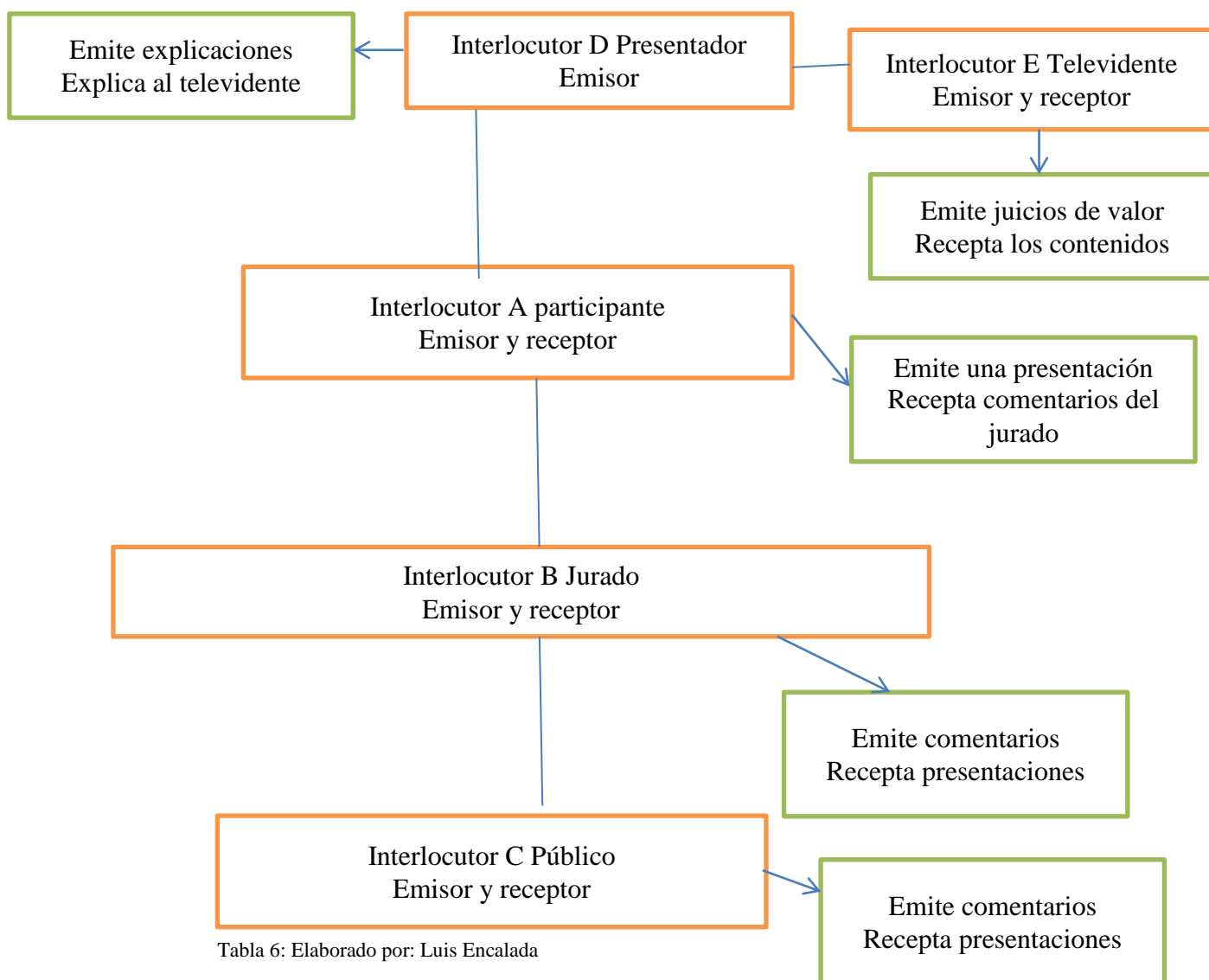


Tabla 6: Elaborado por: Luis Encalada

### 3.1.3 Tercera fase

#### Textura discursiva

La textura discursiva propone un principio de listado entre los elementos compatibles, ya que el tejido se ha manipulado a través de la edición para que haya una secuencia lógica de elementos, así como una correcta comprensión por parte del televidente

Para determinar la coherencia del texto propuesto, el discurso no rompe con la regla de la repetición –por ejemplo, el aparecimiento constante del logotipo del programa-; cumple con la regla de progresión, se genera información nueva; el discurso no rompe con la regla de la relación, sus elementos se relacionan entre sí; pero rompe con la regla de la no-contradicción –por ejemplo- El interlocutor Jaime Enrique Aimara se muestra tolerante con todos, excepto con un concursante que practica striptease-

Para determinar la argumentación analizaremos un par de discursos emitidos por los jurados del programa:

Jaime Aimara le dice al participante que practica Striptease: “Mi x no fue por envidia, aunque yo quisiera tener, así..., ser corpulento e ir al gimnasio”

Karla Canora dice lo siguiente a una participante: “Yo soy mamá y yo sé **se quebranta la voz** lo que significa dejar de hacer cosas y hacer cosas por hijos, por los hijos, esto es **con voz llorosa** muy grande”

Diego Spotorno menciona a uno de los participantes: “ Iván, en serio no estudias ... canto ... en serio no estás estudiando eso ... ¿qué estás loco? ... ¿qué estás haciendo? ¡Por Dios! Esa es tu pasión ¿verdad? ... Naciste para eso, naciste para esto mi hermano”

## 3.2 Análisis de discurso del episodio 23 de la primera temporada

### 3.2.1 Primera fase

#### Determinación de discurso oral

Situación de la enunciación	<p>* <b>Situación:</b> <u>No Prototípica</u>; hay un nivel de interacción aislada y <u>cara a cara</u> únicamente en la entrega de resultados entre interlocutores participantes, es no prototípica con el televidente.</p> <p>* <b>Inicio:</b> uso de saludos, suspenso con el <i>opening</i> y ofrecimientos al interlocutor televidente y participante en modalidad <b>formal</b> “Solo 50 de todos estos concursantes serán escogidos...”</p> <p>* <b>Final:</b> el conductor se despide en modalidad <b>informal</b> “nos vemos la próxima semana en Ecuador Tiene Talento” forma <b>cordial</b>.</p> <p>* <b>Canal:</b> directo entre interlocutores participantes y jurados, pero diferido entre interlocutores, conductor y televidente.</p>
Conversación espontánea	Autoelección: una de las personas empieza a hablar sin que quine tiene la palabra la haya seleccionado
Otras prácticas discursivas orales	<p><b>Tertulia:</b> entre interlocutores jurados</p> <p><b>Presentación:</b> de conductor a televidencia</p>
Competencia oral	<p>Órdenes del jurado</p> <p>Charlas entre jurados</p> <p>Revisión de videos</p> <p>Entrega de resultados en forma dramática</p>
Aspectos psicosociales	Estrategia dramática en interlocutores, pese a desaprobación por calificación
Elementos no verbales	Emblema del programa colocado en la pantalla de forma permanente, símbolo de la estrella en el emblema, bandera del Ecuador, colores amarillo, azul y rojo, iluminación cálida en el escenario y fría en el jurado. Espacio de un recinto elegante con vidriería transparente que deja ver el exterior
Elementos paraverbales	<p><b>La voz:</b> colocada todo el tiempo al frente para la locución de jurados y presentador. Colocada por detrás en el caso de participantes. Diego Spotorno hace respiraciones alargadas entre ciertas frases</p> <p><b>Las vocalizaciones:</b> tono fuertemente impositivo en jurados y tembloroso en participantes, ligeramente tembloroso en presentador y, varias veces, dramático.</p>
Características lingüístico-sociales	<b>Nivel fónico:</b> ¡Va a ser muy difícil! ¡Uy yo lo siento pero...!, ¡Ese participante, para mí, no va! ¡Te vas a poner triste, enojado! Con la

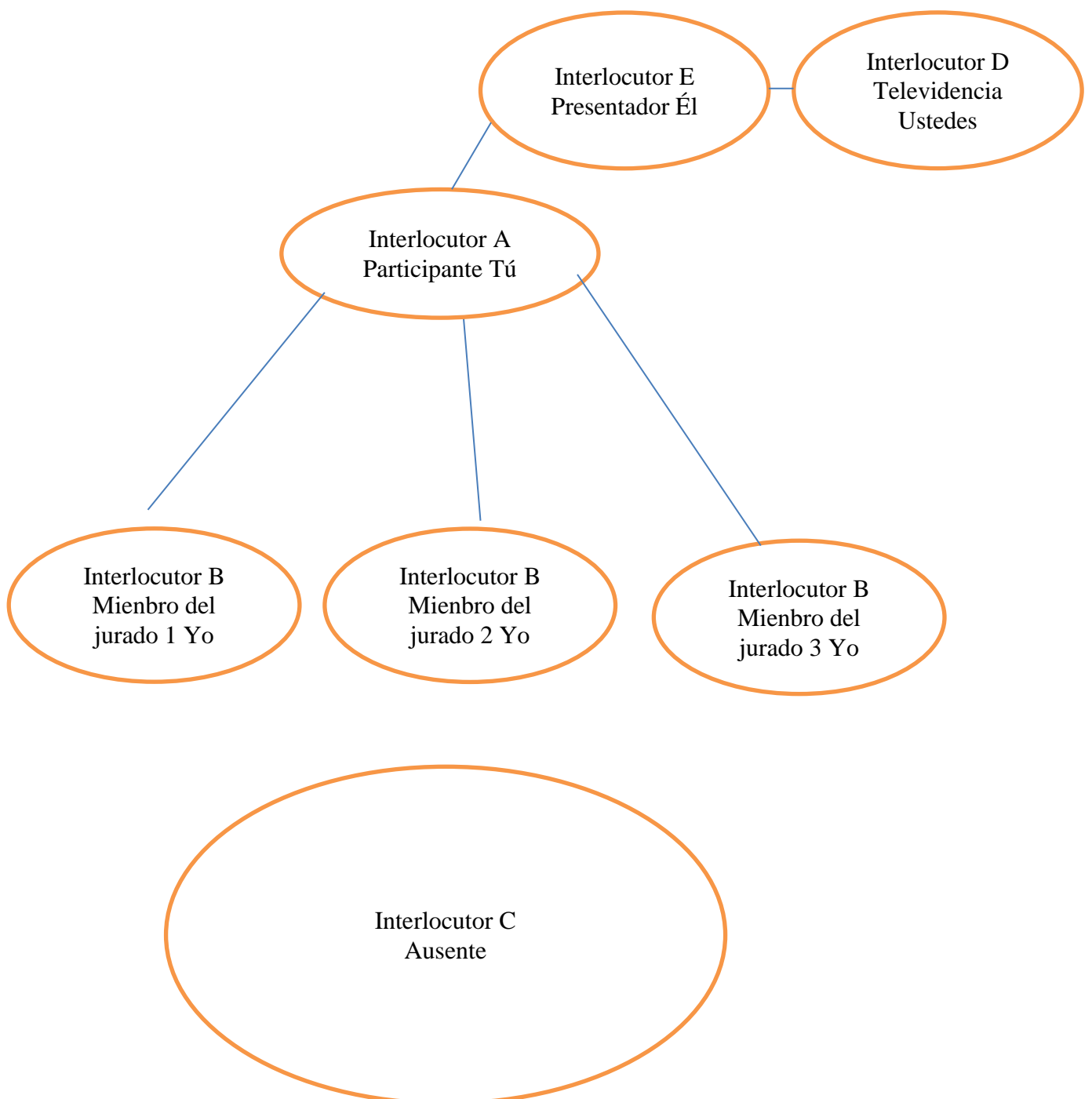
	<p>bendición de Dios, pa' lante siempre</p> <p><b>Nivel morfosintáctico:</b> el participante hace una buena presentación, el jurado responde con elogios, el locutor alaba la participación, discurso dramático del jurado, se quebranta la voz.</p> <p><b>Nivel lexical:</b> varias interjecciones populares como <i>¡chuta...!</i>, <i>ustedes no pasaron a ....</i></p>
--	--

Tabla 7 Elaborado por: Luis Encalada

### 3.2.2 Segunda fase

Después de esta primera fase será posible determinar algunos aspectos importantes del contexto discursivo que engloba algunas de los elementos que aparecen en el análisis anterior.

#### El contexto discursivo



### Las personas del discurso

a) El Yo se inscribe a través de las afirmaciones constantes de los miembros del jurado sobre sus opiniones acerca de los presentados

b) El Tú se inscribe, nuevamente, por medio del interlocutor jurado quien afirma o niega la existencia del participante en la semifinal del concurso

c) La tercera persona del plural no está presente

d) La segunda persona del plural es afirmada en forma elegante y cortés dentro del registro del habla ecuatoriana la existencia de la televidencia

e) La tercera persona del singular nunca se afirma a sí misma ni a través de terceros, solamente se ocupa de afirmar al yo, tú y ustedes.

### Las relaciones interpersonales

a) Interlocutor B jurado 1 Diego Spotorno, maneja una situación siempre antipática

b) Interlocutor B jurado 2 Karla Canora, maneja nerviosismo, angustia, incertidumbre y silencio

c) Interlocutor B jurado 3 Jaime Enrique Aimara, maneja descortesía, incompreensión e intolerancia.

d) Interlocutor A, participante, dependiendo de quien ocupe su lugar puede tener una estrategia impredecible, pero, por lo general, suelen tener cortesía, amabilidad y nerviosismo y miedo.

c) Interlocutor C, público, no está presente



d) Interlocutor E, conductor, siempre utiliza la costesía

e) Interlocutor D, televidencia, podría tener varias reacciones que no se pueden determinar.

Ahora, en la determinación de las modalidades, entre interlocutores A y B existe una modalidad epistémica, la constante búsqueda entre lo cierto y lo probable, lo dudoso y lo improbable, en ello consiste la labor del concurso.

#### Los fines discursivos y procesos de interpretación

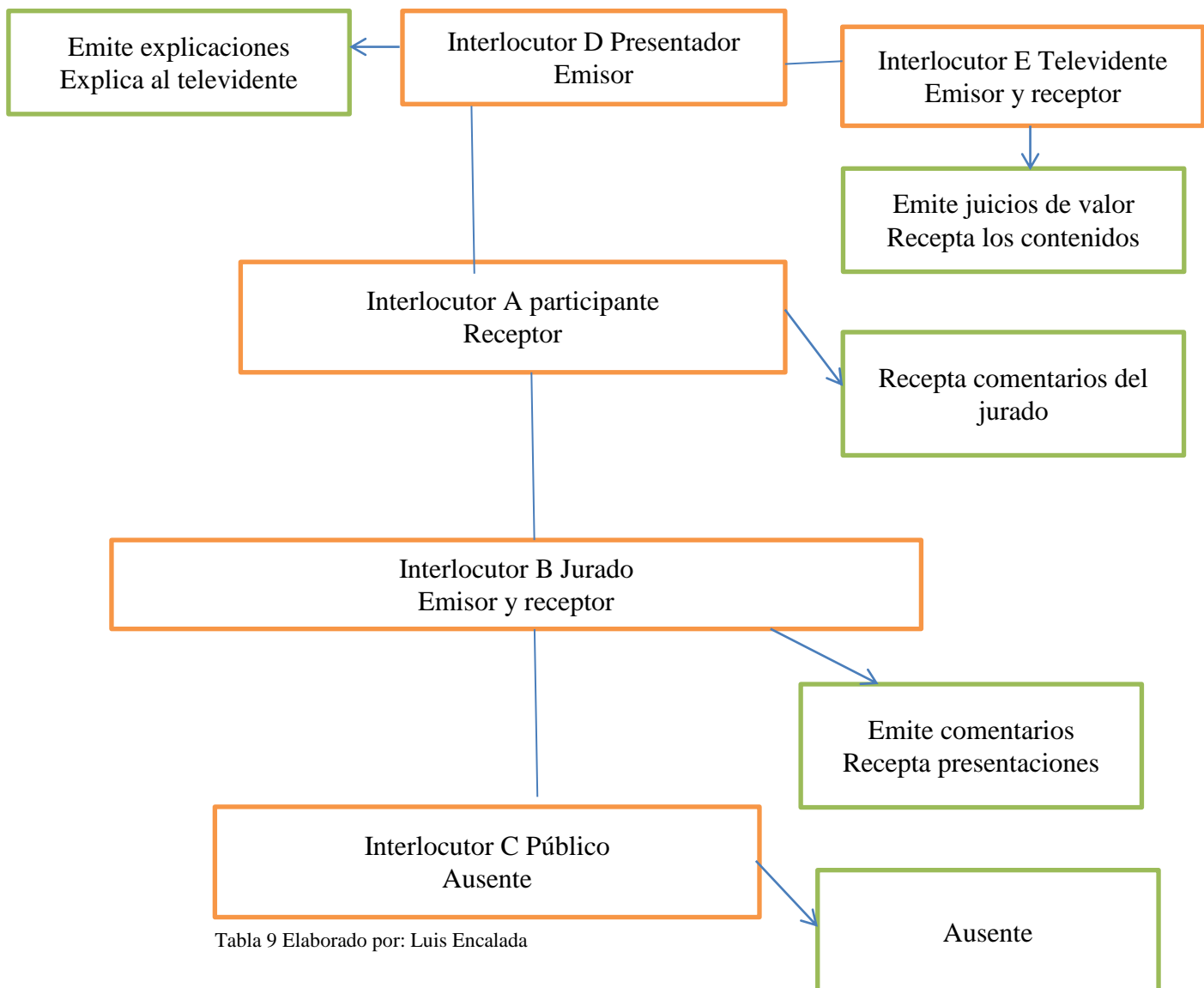


Tabla 9 Elaborado por: Luis Encalada

### 3.2.3 Tercera fase

#### Textura discursiva

La textura discursiva propone un principio de listado entre los elementos compatibles, ya que el tejido se ha manipulado a través de la edición para que haya una secuencia lógica de elementos, así como una correcta comprensión por parte del televidente

Para determinar la coherencia del texto propuesto, el discurso no rompe con la regla de la repetición –por ejemplo, el aparecimiento constante del logosímbolo del programa-; cumple con la regla de progresión, se genera información nueva; el discurso no rompe con la regla de la relación, sus elementos se relacionan entre sí; pero rompe con la regla de la no-contradicción –por ejemplo- las actitudes de los interlocutores jurados, para esta instancia, cambia completamente con la actitud normal-

Para determinar la argumentación analizaremos un par de discursos emitidos por los jurados del programa:

Jaime Aimara le dice a sus compañeros jurados el día de la elección de semifinalistas: “Uy yo lo siento pero aparte de lo que ustedes puedan pensar, ese participante, para mí, no va **con tono enérgico**”

Karla Canora dice lo siguiente a sus compañeros del jurado: “Son 50 los que tenemos que escoger ... solo 50 ¡imagínate! Va a ser **voz dramática algo actuada, cambio en las facciones del rostro** va a ser muy difícil”

Diego Spotorno menciona a sus compañeros del jurado: “ Yo sigo pensando lo mismo ... y me ratifico”

### 3.3 Análisis de discurso del episodio final de la primera temporada

#### 3.3.1 Primera fase

##### Determinación de discurso oral

Situación de la enunciación	<p>* <b>Situación:</b> <u>Prototípica</u>; hay un nivel de interacción <u>simultáneo</u> y <u>cara a cara</u> entre interlocutores participantes, también con el con el televidente.</p> <p>* <b>Inicio:</b> uso de saludos, halagos y ofrecimientos al interlocutor televidente y participante en modalidad <b>informal</b> “¡Buenas noches Ecuador!”</p> <p>* <b>Final:</b> el conductor se despide en modalidad <b>informal</b> “Ecuador tiene talento, chao chao” finalización de la temporada.</p> <p>* <b>Canal:</b> directo entre interlocutores participantes y jurados, y directo entre interlocutores, conductor y televidente.</p>
Conversación espontánea	Heteroselección: los interlocutores seleccionan al siguiente hablante
Otras prácticas discursivas orales	<p><b>Tertulia:</b> entre interlocutores jurados y participantes</p> <p><b>Presentación:</b> de conductor a televidencia</p>
Competencia oral	<p>Órdenes del jurado</p> <p>Charlas entre jurado y participante</p> <p>Participaciones artísticas de participantes</p> <p>Preguntas entre jurados y participantes</p>
Aspectos psicosociales	Estrategia positiva en interlocutores, pese a desaprobación por calificación final
Elementos no verbales	Emblema del programa colocado en el escenario de forma permanente, símbolo de la estrella en el emblema, símbolos cruzados x frente al concursante –tres en total, una por jurado-, bandera del Ecuador, colores amarillo, azul y rojo, iluminación cálida en el escenario y fría en el jurado. Espacio detrás del escenario, y el escenario en sí, forma cuadriculada plana.
Elementos paraverbales	<p><b>La voz:</b> colocada todo el tiempo al frente para la locución de jurados y presentador. Colocada por detrás en el caso de participantes. Diego Spotorno hace respiraciones alargadas entre ciertas frases</p> <p><b>Las vocalizaciones:</b> tono suavemente impositivo en jurados y tembloroso en participantes, ligeramente tembloroso en presentador y, algunas veces, dramático.</p>
Características	<b>Nivel fónico:</b> ¡Siempre cantadas muy bonito!, ¡Un fuerte aplauso!,

lingüístico-sociales	<p>¡Te faltó mi amor! ¡Ja ja ja! ¡Ok ustedes en casa...!</p> <p><b>Nivel morfosintáctico:</b> el participante hace una buena presentación, el público responde con aplausos, el locutor alaba la participación, discurso motivador del jurado, se quebranta la voz.</p> <p><b>Nivel lexical:</b> varias interjecciones populares como dejémoslo, dejémoslo no más <i>te faltó mi amor</i>.</p>
----------------------	--

Tabla 10 Elaborado por: Luis Encalada

### 3.3.2 Segunda fase

Después de esta primera fase será posible determinar algunos aspectos importantes del contexto discursivo que engloba algunas de los elementos que aparecen en el análisis anterior.

#### El contexto discursivo

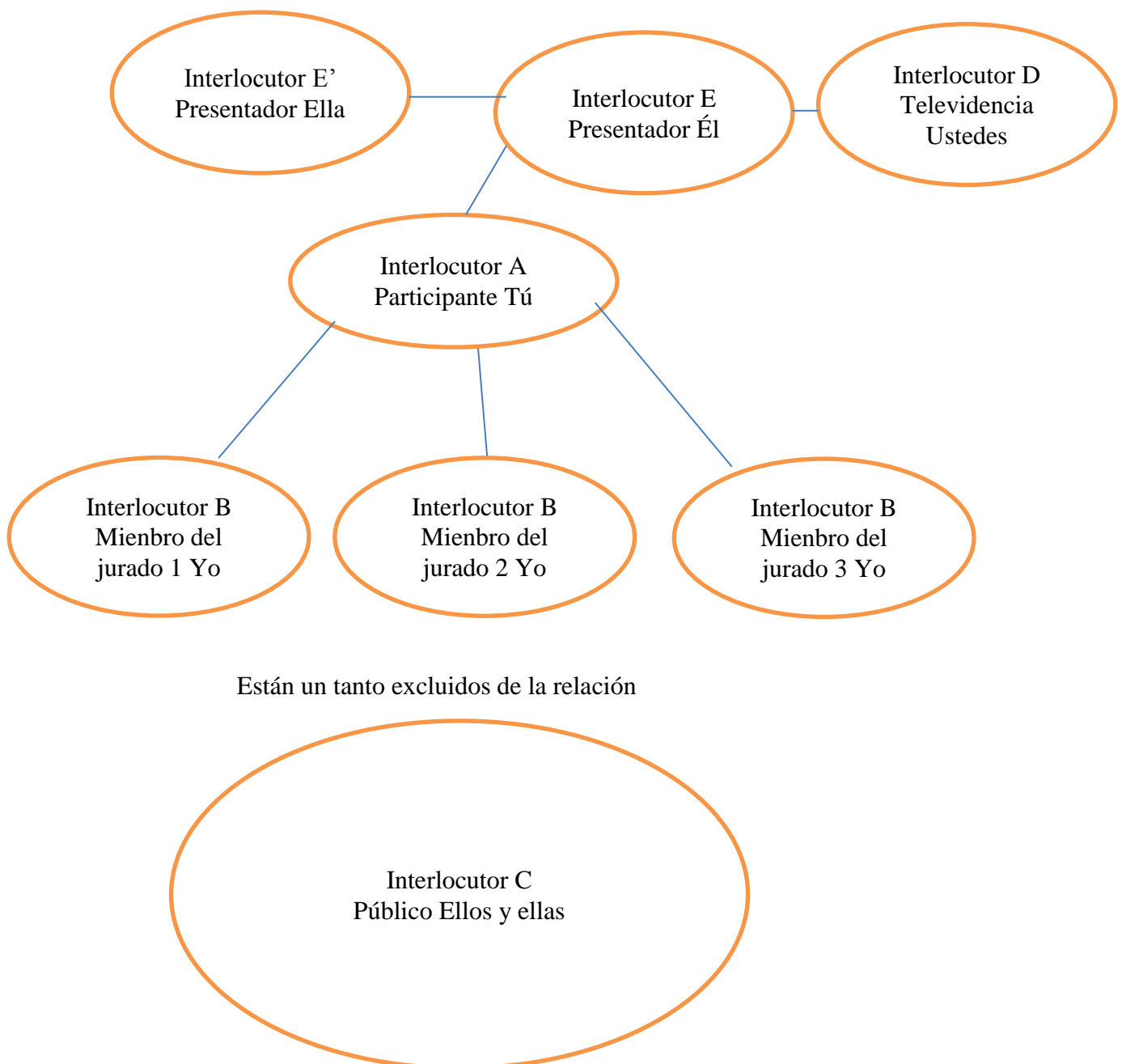


Tabla 11 Elaborado por: Luis Encalada

a) El Yo se inscribe a través de las afirmaciones constantes de los miembros del jurado sobre sus opiniones acerca de los actos presentados

b) El Tú se inscribe, nuevamente, por medio del interlocutor jurado quien afirma o niega la existencia del participante y del acto en sí

c) La tercera persona del plural se afirma en las opiniones que acuerdan o desacuerdan el veredicto del jurado, por medio de abucheos

d) La segunda persona del plural afirma en forma elegante y cortés dentro del registro del habla ecuatoriana la existencia de la televidencia

e) La tercera persona del singular nunca se afirma a sí misma ni a través de terceros, solamente se ocupa de afirmar al yo, tú y ustedes. Incluso la persona Ella intenta reafirmar al ustedes y al primer Él

#### Las relaciones interpersonales

a) Interlocutor B jurado 1 Diego Spotorno, maneja una situación equilibrada entre simpatía y antipatía

b) Interlocutor B jurado 2 Karla Canora, maneja siempre simpatía, cordialidad y comprensión emotiva

c) Interlocutor B jurado 3 Jaime Enrique Aymara, maneja cortesía, comprensión, tolerancia.

d) Interlocutor A, participante, dependiendo de quien ocupe su lugar puede tener una estrategia impredecible, pero, por lo general, suelen tener cortesía, amabilidad y una cierta dosis de nerviosismo y miedo.

c) Interlocutor C, público, utiliza una estrategia de apoyo constante al participante, actitud positiva y comprensión

d) Interlocutor E, conductor, siempre utiliza la costesía y ahora también feminidad

e) Interlocutor D, público, podría tener varias reacciones que no se pueden determinar en la etapa final

Ahora, en la determinación de las modalidades, entre interlocutores A y B existe una modalidad epistémica, la constante búsqueda entre lo cierto y lo probable, lo dudoso y lo improbable, en ello consiste la labor del concurso.

#### Los fines discursivos y procesos de interpretación

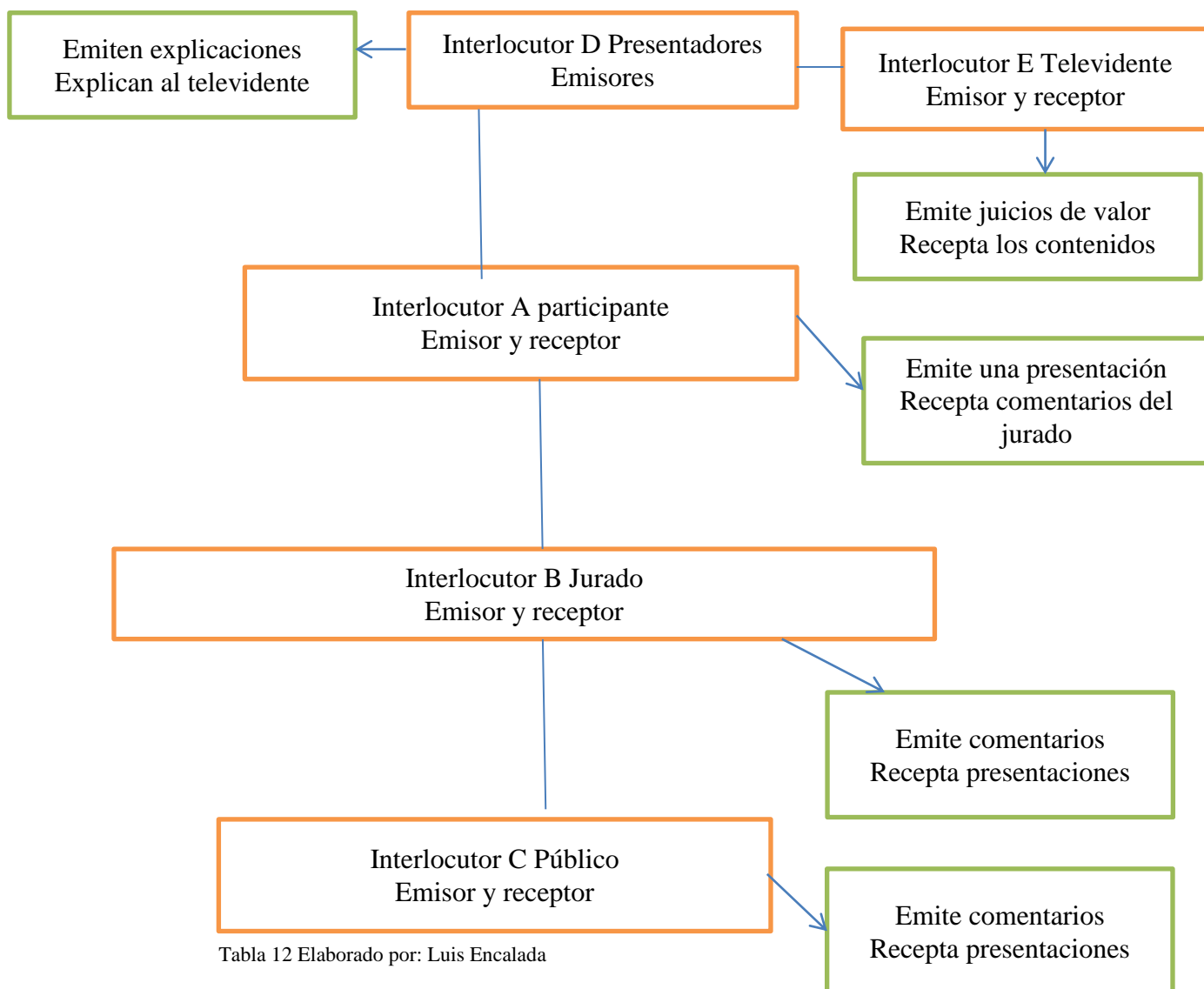


Tabla 12 Elaborado por: Luis Encalada

### 3.3.3 Tercera fase

#### Textura discursiva

La textura discursiva propone un principio de listado entre los elementos compatibles, ya que el tejido se ha manipulado a través de la edición para que haya una secuencia lógica de elementos, así como una correcta comprensión por parte del televidente

Para determinar la coherencia del texto propuesto, el discurso no rompe con la regla de la repetición –por ejemplo, el aparecimiento constante del logotipo del programa-; cumple con la regla de progresión, se genera información nueva; el discurso no rompe con la regla de la relación, sus elementos se relacionan entre sí; mantiene bien la regla de la no-contradicción –el discurso es completamente coherente.

Para determinar la argumentación analizaremos un par de discursos emitidos por los jurados del programa:

Jaime Aimara le dice al público al saludar el programa:

“¡Muchísimas gracias! Buenas noches a todo el Ecuador y al mundo que nos está viendo a través de Ecuavisa en Ecuador tiene talento. Contentos, un poquito ... apenado”

Karla Canora dice lo siguiente a una participante: “Bueno Leonardo tengo que volver a decirte que eres sensacional ... y en tu corta edad”

Diego Spotorno menciona a una de los participantes: “Dayanita decías antes de tu presentación que no importaba si ganabas o perdías o que querías era di ... div... divertirse y disfrutarlo ¡se notó eso en el escenario! Cantaste bien, bailaste, hilaste...”



### 3.4 Análisis de discurso del primer episodio de la segunda temporada

#### 3.4.1 Primera fase

##### Determinación de discurso oral

Situación de la enunciación	<p>* <b>Situación:</b> <u>Prototípica</u>; hay un nivel de interacción <u>simultáneo</u> y <u>cara a cara</u> entre interlocutores participantes, pero no prototípica con el televidente.</p> <p>* <b>Inicio:</b> uso de saludos, halagos y ofrecimientos al interlocutor televidente y participante en modalidad <b>informal</b></p> <p>* <b>Final:</b> el conductor se despide en modalidad <b>informal</b> “Ecuador tiene talento” de espaldas al televidente.</p> <p>* <b>Canal:</b> directo entre interlocutores participantes y jurados, pero diferido entre interlocutores, conductor y televidente.</p>
Conversación espontánea	Heteroselección: los interlocutores seleccionan al siguiente hablante
Otras prácticas discursivas orales	<p><b>Tertulia:</b> entre interlocutores jurados y participantes</p> <p><b>Presentación:</b> de conductor a televidencia</p>
Competencia oral	<p>Órdenes del jurado</p> <p>Charlas entre jurado y participante</p> <p>Participaciones artísticas de participantes</p> <p>Preguntas entre jurados y participantes</p>
Aspectos psicosociales	Estrategia positiva en interlocutores, pese a desaprobación por calificación
Elementos no verbales	Emblema del programa colocado en el escenario de forma permanente, símbolo de la estrella en el emblema, símbolos cruzados x frente al concursante –tres en total, una por jurado-, bandera del Ecuador, colores amarillo, azul y rojo, iluminación cálida en el escenario y fría en el jurado. Espacio detrás del escenario, y el escenario en sí, forma cuadrículada plana.
Elementos paraverbales	<p><b>La voz:</b> colocada todo el tiempo al frente para la locución de jurados y presentador. Colocada por detrás en el caso de participantes. Diego Spotorno hace respiraciones alargadas entre ciertas frases</p> <p><b>Las vocalizaciones:</b> tono suavemente impositivo en jurados y tembloroso en participantes, ligeramente tembloroso en presentador y, algunas veces, dramático.</p>
Características lingüístico-	<b>Nivel fónico:</b> Yo vivía en España, allá discriminan mucho, me decían ¡Indio! ¡Tranquilo que esa gente paga! ¿Cuál es tu talento?

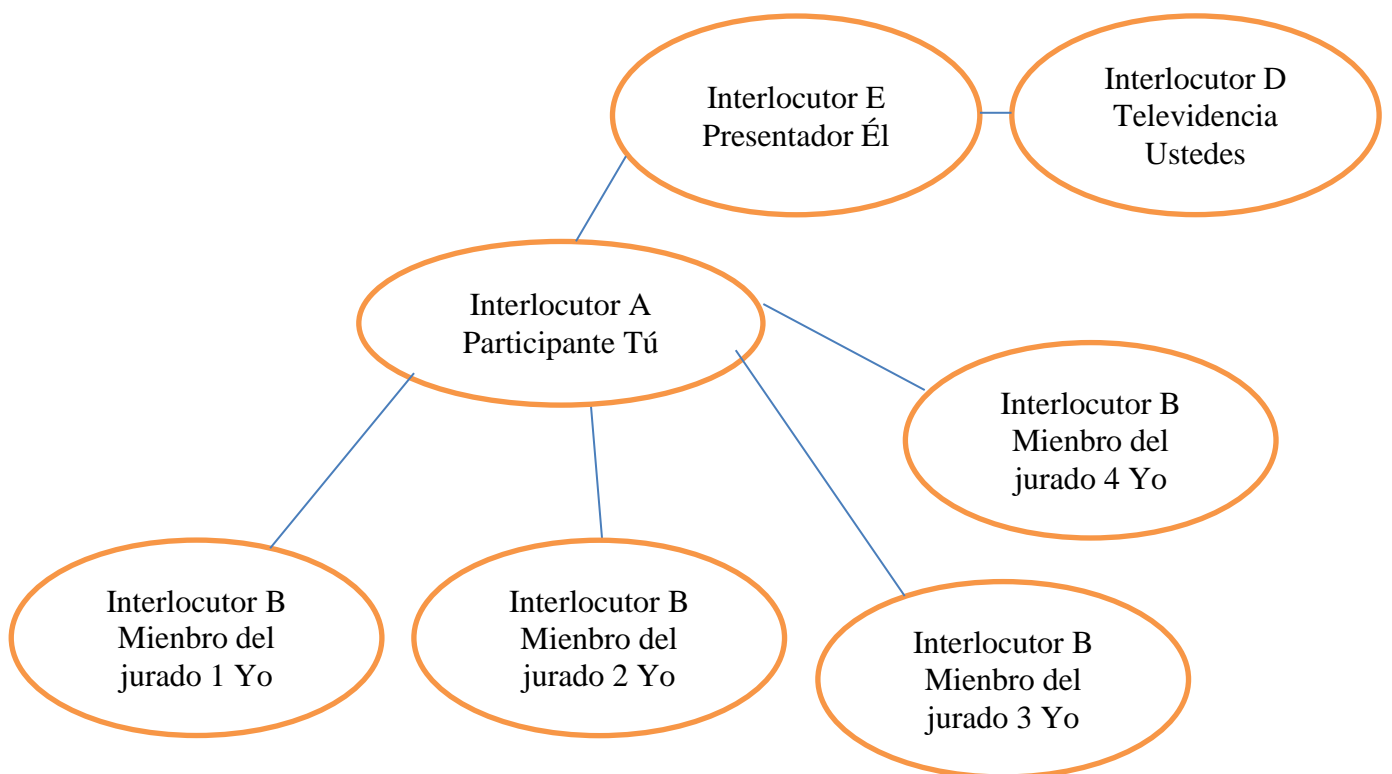
sociales	<p><b>Nivel morfosintáctico:</b> el participante hace una buena presentación, el público responde con aplausos, el locutor alaba la participación, discurso motivador del jurado, se quebranta la voz.</p> <p><b>Nivel lexical:</b> varias interjecciones populares como <i>me decían indio</i>, <i>Allá discriminan mucho</i></p>
----------	--

Tabla 13 Elaborado por: Luis Encalada

### 3.4.2 Segunda fase

Después de esta primera fase será posible determinar algunos aspectos importantes del contexto discursivo que engloba algunas de los elementos que aparecen en el análisis anterior.

#### El contexto discursivo



Están un tanto excluidos de la relación

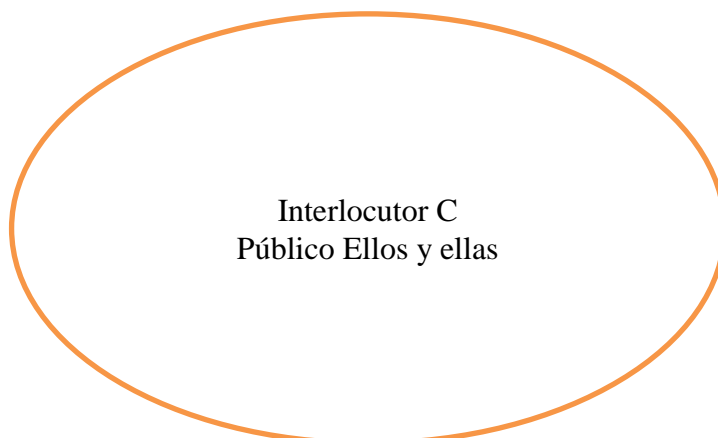


Tabla 14 Elaborado por: Luis Encalada

a) El Yo se inscribe a través de las afirmaciones constantes de los miembros del jurado sobre sus opiniones acerca de los actos presentados

b) El Tú se inscribe, nuevamente, por medio del interlocutor jurado quien afirma o niega la existencia del participante y del acto en sí

c) La tercera persona del plural se afirma en las opiniones que acuerdan o desacuerdan el veredicto del jurado

d) La segunda persona del plural afirma en forma elegante e informal dentro del registro del habla ecuatoriana la existencia de la televidencia

e) La tercera persona del singular nunca se afirma a sí misma ni a través de terceros, solamente se ocupa de afirmar al yo, tú y ustedes.

#### Las relaciones interpersonales

a) Interlocutor B jurado 1 Diego Spotorno, maneja una situación equilibrada entre simpatía y antipatía

b) Interlocutor B jurado 2 María Fernanda Ríos, maneja siempre simpatía, cordialidad, comprensión emotiva y sensualidad

c) Interlocutor B jurado 3 Paola Farías, maneja cortesía, comprensión, tolerancia y sensualidad

d) Interlocutor B jurado 4 Wendy Vera, maneja descortesía, incomprensión, intolerancia y, a veces, ciertas dosis de silencio

e) Interlocutor A, participante, dependiendo de quien ocupe su lugar puede tener una estrategia impredecible, pero, por lo general, suelen tener cortesía, amabilidad y una cierta dosis de nerviosismo y miedo.

c) Interlocutor C, público, utiliza una estrategia de apoyo constante al participante, actitud positiva y comprensión

d) Interlocutor E, conductor, siempre utiliza la costesía y humor

e) Interlocutor D, público, podría tener varias reacciones que no se pueden determinar.

Ahora, en la determinación de las modalidades, entre interlocutores A y B existe una modalidad epistémica, la constante búsqueda entre lo cierto y lo probable, lo dudoso y lo improbable, en ello consiste la labor del concurso.

#### Los fines discursivos y procesos de interpretación

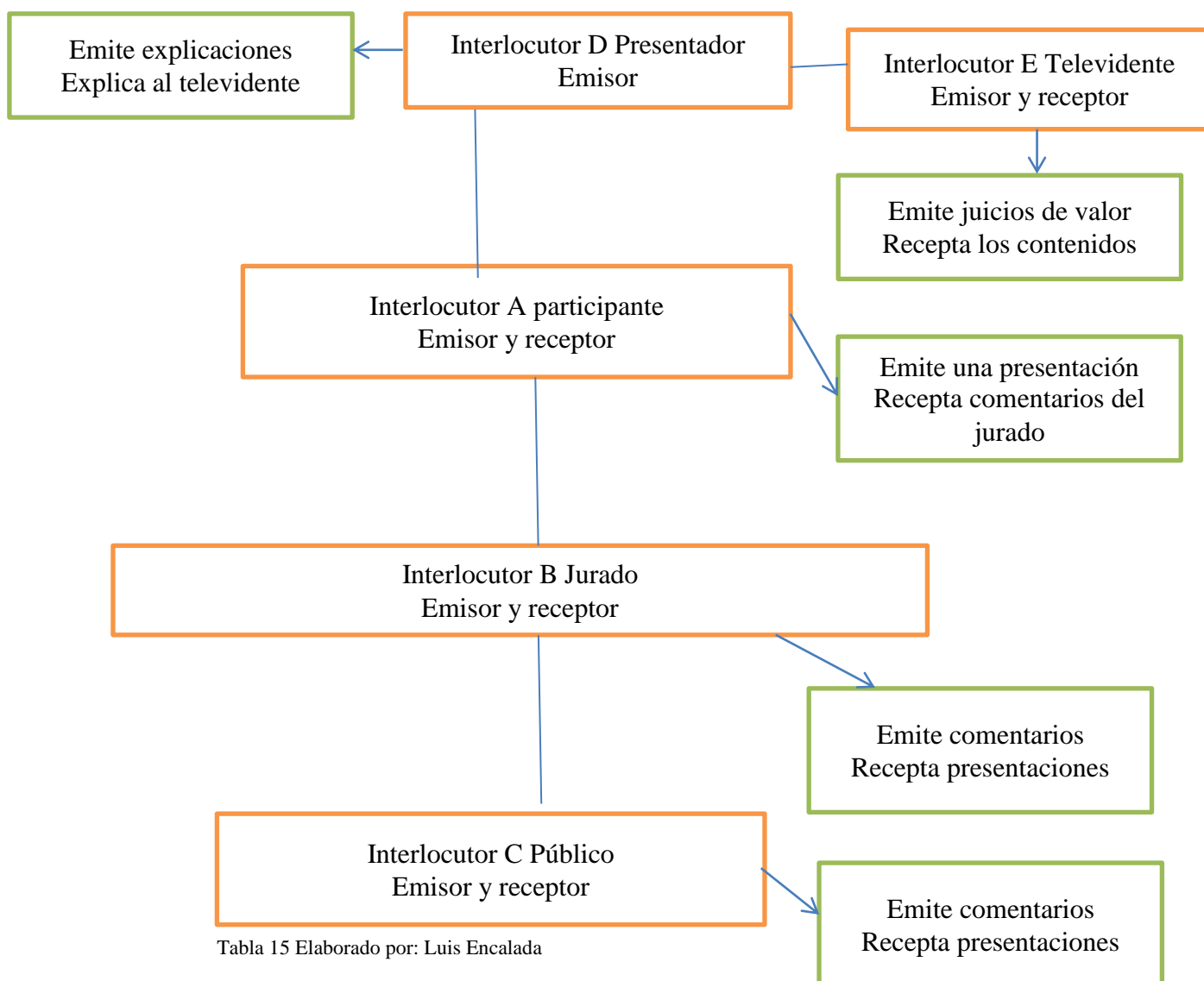


Tabla 15 Elaborado por: Luis Encalada

### 3.4.3 Tercera fase

#### Textura discursiva

La textura discursiva propone un principio de listado entre los elementos compatibles, ya que el tejido se ha manipulado a través de la edición para que haya una secuencia lógica de elementos, así como una correcta comprensión por parte del televidente

Para determinar la coherencia del texto propuesto, el discurso no rompe con la regla de la repetición –por ejemplo, el aparecimiento constante del logotipo del programa-; cumple con la regla de progresión, se genera información nueva; el discurso no rompe con la regla de la relación, sus elementos se relacionan entre sí; pero rompe con la regla de la no-contradicción –por ejemplo- La Interlocutora Wendy Vera genera mucha polémica entre sus decisiones y su manera de actuar-

Para determinar la argumentación analizaremos un par de discursos emitidos por los jurados del programa:

Wendy Vera le dice al participante Santiago Acuña: “Mi querido Santiago ... yo cuando escuché esa pista dije y ¿cómo va a cantar?”

Paola Farías dice lo siguiente a una participante: “je je je je je se fue Wendy Vera”

Diego Spotorno menciona a uno de los participantes: “Perdón ¿Cuántos años tienes? ... A je je je je **se ríe** o sea llevas poquito tiempo aquí”

María Fernanda Ríos dice: “Creo que eres un niño maravilloso ... creo que tienes una voz ... hermosa, dulce ... y no te sientas **observa hacia arriba**... triste”

### 3.5 Análisis de contenidos del episodio casting al grupo trix de la segunda temporada

#### 3.5.1 Primera fase

##### Determinación de discurso oral

Situación de la enunciación	<p>* <b>Situación:</b> <u>Prototípica</u>; hay un nivel de interacción <u>simultáneo</u> y <u>cara a cara</u> entre interlocutores participantes, pero no prototípica con el televidente.</p> <p>* <b>Inicio:</b> uso de saludos, halagos y ofrecimientos al interlocutor televidente y participante en modalidad <b>informal</b></p> <p>* <b>Final:</b> el conductor se despide en modalidad <b>informal</b> “Ecuador tiene talento” de espaldas al televidente.</p> <p>* <b>Canal:</b> directo entre interlocutores participantes y jurados, pero diferido entre interlocutores, conductor y televidente.</p>
Conversación espontánea	Heteroselección: los interlocutores seleccionan al siguiente hablante
Otras prácticas discursivas orales	<p><b>Tertulia:</b> entre interlocutores jurados y participantes</p> <p><b>Presentación:</b> de conductor a televidencia</p>
Competencia oral	<p>Órdenes del jurado</p> <p>Charlas entre jurado y participante</p> <p>Participaciones artísticas de participantes</p> <p>Preguntas entre jurados y participantes</p>
Aspectos psicosociales	Estrategia positiva en interlocutores, pese a desaprobación por calificación
Elementos no verbales	Emblema del programa colocado en el escenario de forma permanente, símbolo de la estrella en el emblema, símbolos cruzados x frente al concursante –tres en total, una por jurado-, bandera del Ecuador, colores amarillo, azul y rojo, iluminación cálida en el escenario y fría en el jurado. Espacio detrás del escenario, y el escenario en sí, forma cuadrículada plana.
Elementos paraverbales	<p><b>La voz:</b> colocada todo el tiempo al frente para la locución de jurados y presentador. Colocada por detrás en el caso de participantes. Diego Spotorno hace respiraciones alargadas entre ciertas frases</p> <p><b>Las vocalizaciones:</b> tono suavemente impositivo en jurados y tembloroso en participantes, ligeramente tembloroso en presentador y, algunas veces, dramático.</p>

Características lingüístico-sociales	<p><b>Nivel fónico:</b> Yo, lo que vine a buscar es el primer lugar, yo no bien a buscar el rivalismo, para los Trix es muy buen elemento Bryan, Gracias, Muchas gracias.</p> <p><b>Nivel morfosintáctico:</b> el participante hace una buena presentación, el público responde con aplausos, el locutor alaba la participación, discurso motivador del jurado, se quebranta la voz.</p> <p><b>Nivel lexical:</b> varias interjecciones populares como <i>Hola, hola; les traemos una temática espacial</i></p>
--------------------------------------	---

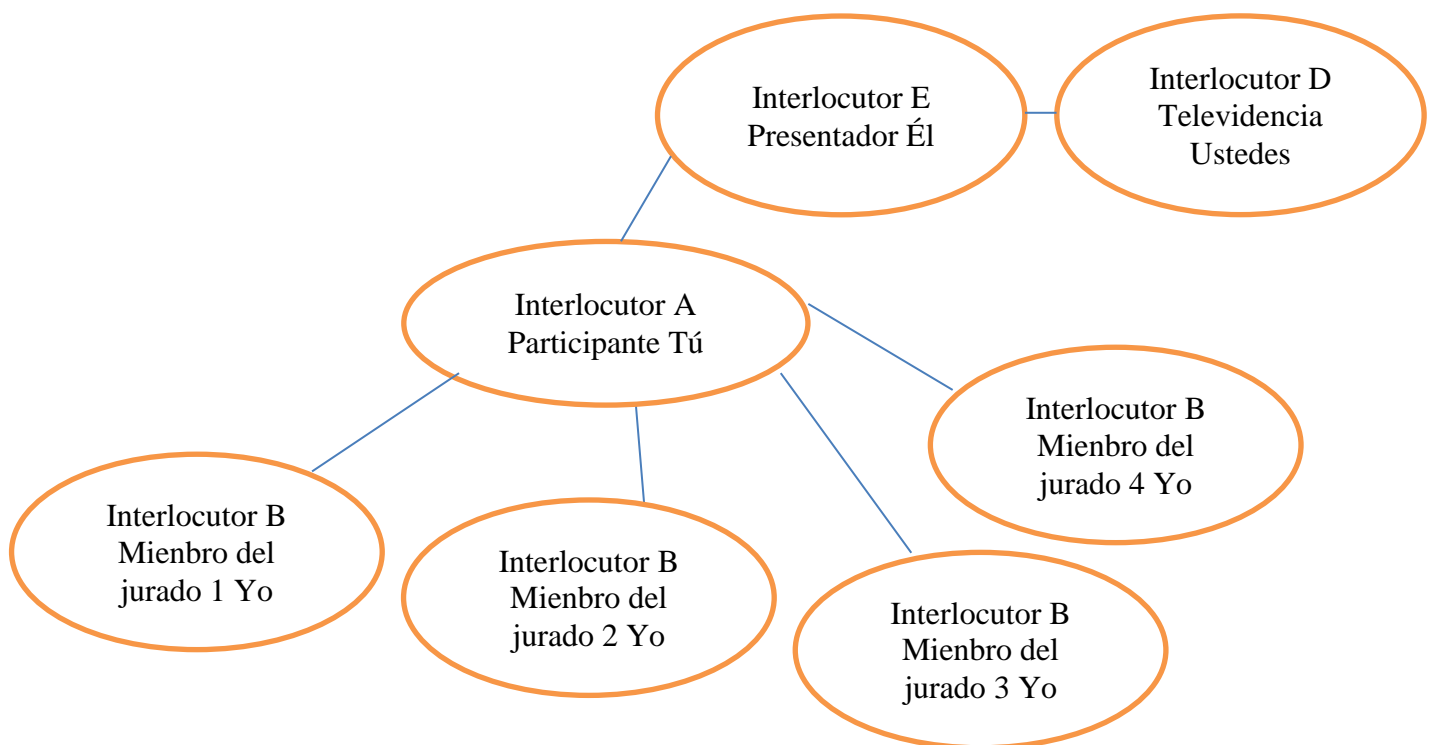
Tabla 16 Elaborado por: Luis Encalada



### 3.5.2 Segunda fase

Después de esta primera fase será posible determinar algunos aspectos importantes del contexto discursivo que engloba algunas de los elementos que aparecen en el análisis anterior.

#### El contexto discursivo



Están un tanto excluidos de la relación

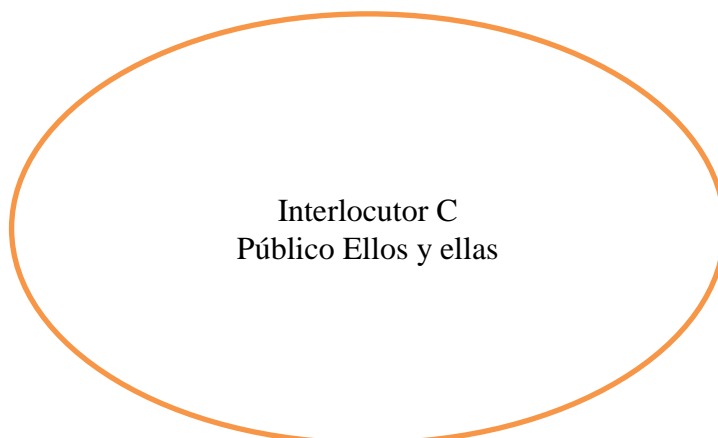


Tabla 17 Elaborado por: Luis Encalada

### Las personas del discurso

- a) El Yo se inscribe a través de las afirmaciones constantes de los miembros del jurado sobre sus opiniones acerca de los actos presentados
- b) El Tú se inscribe, nuevamente, por medio del interlocutor jurado quien afirma o niega la existencia del participante y del acto en sí
- c) La tercera persona del plural se afirma en las opiniones que acuerdan o desacuerdan el veredicto del jurado
- d) La segunda persona del plural afirma en forma elegante e informal dentro del registro del habla ecuatoriana la existencia de la televidencia
- e) La tercera persona del singular nunca se afirma a sí misma ni a través de terceros, solamente se ocupa de afirmar al yo, tú y ustedes.

### Las relaciones interpersonales

- a) Interlocutor B jurado 1 Diego Spotorno, maneja una situación equilibrada entre simpatía y antipatía
- b) Interlocutor B jurado 2 María Fernanda Ríos, maneja siempre simpatía, cordialidad, comprensión emotiva y sensualidad
- c) Interlocutor B jurado 3 Paola Farías, maneja cortesía, comprensión, tolerancia y sensualidad
- d) Interlocutor B jurado 4 Wendy Vera, maneja descortesía, incompreensión, intolerancia y, a veces, ciertas dosis de silencio
- e) Interlocutor A, participante, dependiendo de quien ocupe su lugar puede tener una estrategia impredecible, pero, por lo general, suelen tener cortesía, amabilidad y una cierta dosis de nerviosismo y miedo.

c) Interlocutor C, público, utiliza una estrategia de apoyo constante al participante, actitud positiva y comprensión

d) Interlocutor E, conductor, siempre utiliza la cortesía y humor

e) Interlocutor D, público, podría tener varias reacciones que no se pueden determinar.

Ahora, en la determinación de las modalidades, entre interlocutores A y B existe una modalidad epistémica, la constante búsqueda entre lo cierto y lo probable, lo dudoso y lo improbable, en ello consiste la labor del concurso.

#### Los fines discursivos y procesos de interpretación

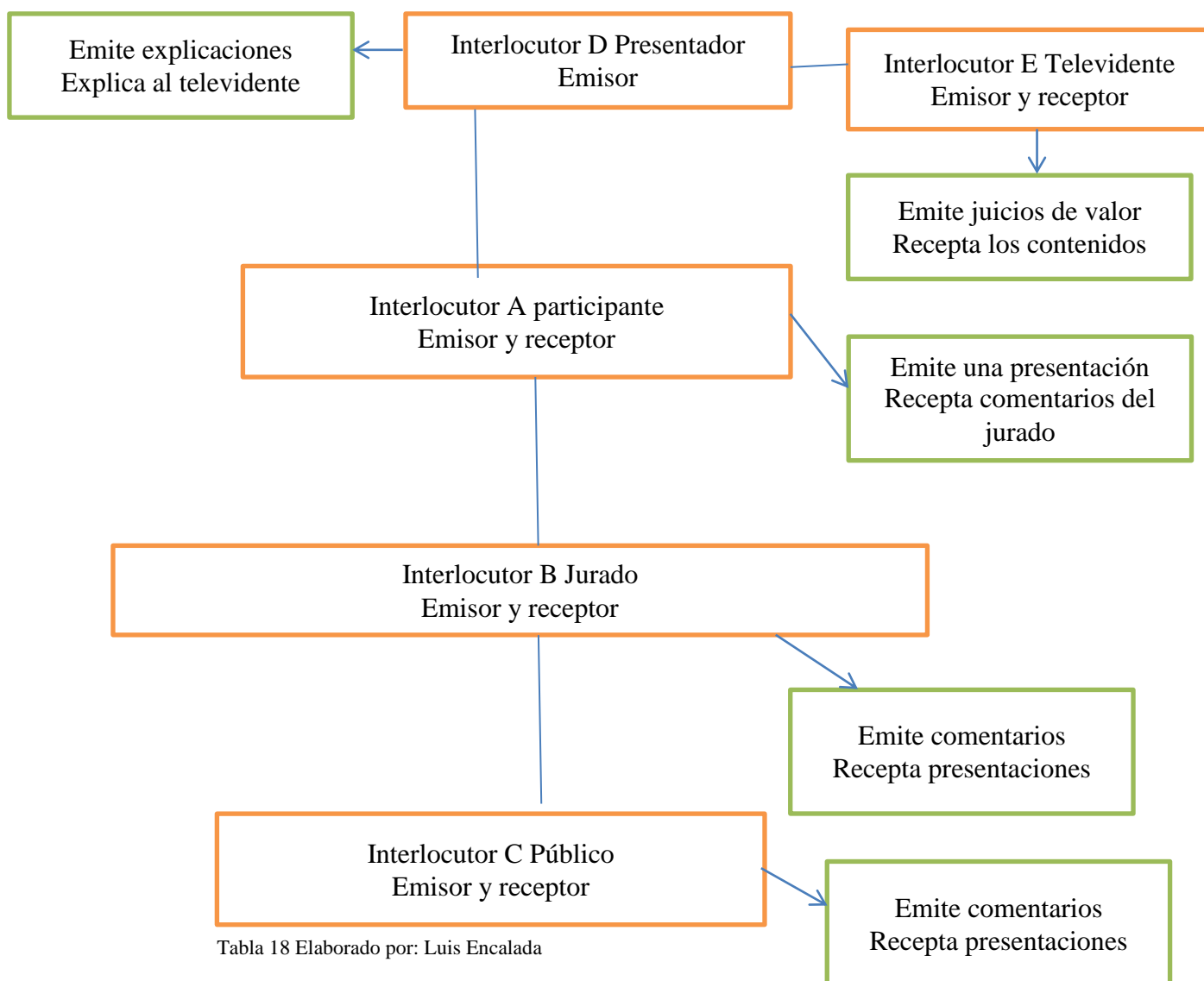


Tabla 18 Elaborado por: Luis Encalada

### 3.5.3 Tercera fase

#### Textura discursiva

La textura discursiva propone un principio de listado entre los elementos compatibles, ya que el tejido se ha manipulado a través de la edición para que haya una secuencia lógica de elementos, así como una correcta comprensión por parte del televidente

Para determinar la coherencia del texto propuesto, el discurso no rompe con la regla de la repetición –por ejemplo, el aparecimiento constante del logotipo del programa-; cumple con la regla de progresión, se genera información nueva; el discurso no rompe con la regla de la relación, sus elementos se relacionan entre sí; pero rompe con la regla de la no-contradicción –por ejemplo- La Interlocutora Wendy Vera genera mucha polémica entre sus decisiones y su manera de actuar-

Para determinar la argumentación analizaremos un par de discursos emitidos por los jurados del programa:

Wendy Vera le dice a sus compañeros en la audición: “Del show ¿qué te acuerdas? Tal cual lo dijiste, del bailarían y del cantante es lo mismo”

Paola Farías dice lo siguiente a una participante: “Hoy nos sorprendieron”

Diego Spotorno menciona a uno de los participantes: “**Reafirma** hoy nos sorprendieron”

María Fernanda Ríos dice: “Cuando estén listos **con una voz muy sensual**”

### 3.6 Análisis de contenidos del episodio final de la segunda temporada

#### 3.6.1 Primera fase

##### Determinación de discurso oral

Situación de la enunciación	<p>* <b>Situación:</b> <u>Prototípica</u>; hay un nivel de interacción <u>simultáneo</u> y <u>cara a cara</u> entre interlocutores participantes, pero no prototípica con el televidente.</p> <p>* <b>Inicio:</b> uso de saluciones y ofrecimientos al interlocutor televidente y participante en modalidad <b>formal</b></p> <p>* <b>Final:</b> el conductor se despide en modalidad <b>informal</b> “Ecuador tiene talento” de espaldas al televidente.</p> <p>* <b>Canal:</b> directo entre interlocutores participantes y jurados, y en directo entre interlocutores, conductor y televidente.</p>
Conversación espontánea	<b>Heteroselección:</b> los interlocutores seleccionan al siguiente hablante
Otras prácticas discursivas orales	<p><b>Tertulia:</b> entre interlocutores jurados y participantes</p> <p><b>Presentación:</b> de conductor a televidencia</p>
Competencia oral	<p>Órdenes del jurado</p> <p>Charlas entre jurado y participante</p> <p>Participaciones artísticas de participantes</p> <p>Preguntas entre jurados y participantes</p>
Aspectos psicosociales	Estrategia positiva en interlocutores, pese a desaprobación por calificación en la final
Elementos no verbales	Emblema del programa colocado en el escenario de forma permanente, símbolo de la estrella en el emblema, símbolos cruzados x frente al concursante –tres en total, una por jurado–, bandera del Ecuador, colores amarillo, azul y rojo, iluminación cálida en el escenario y fría en el jurado. Espacio detrás del escenario, y el escenario en sí, forma cuadrículada plana.
Elementos paraverbales	<p><b>La voz:</b> colocada todo el tiempo al frente para la locución de jurados y presentador. Colocada por detrás en el caso de participantes. Jonathan Estrada retira totalmente su faceta cómica para adoptar una postura seria.</p> <p><b>Las vocalizaciones:</b> tono suavemente impositivo en jurados y tembloroso en participantes, ligeramente tembloroso en presentador y, algunas veces, dramático.</p>
Características	<b>Nivel fónico:</b> Los tres participantes más votados, ¡Correctamente!

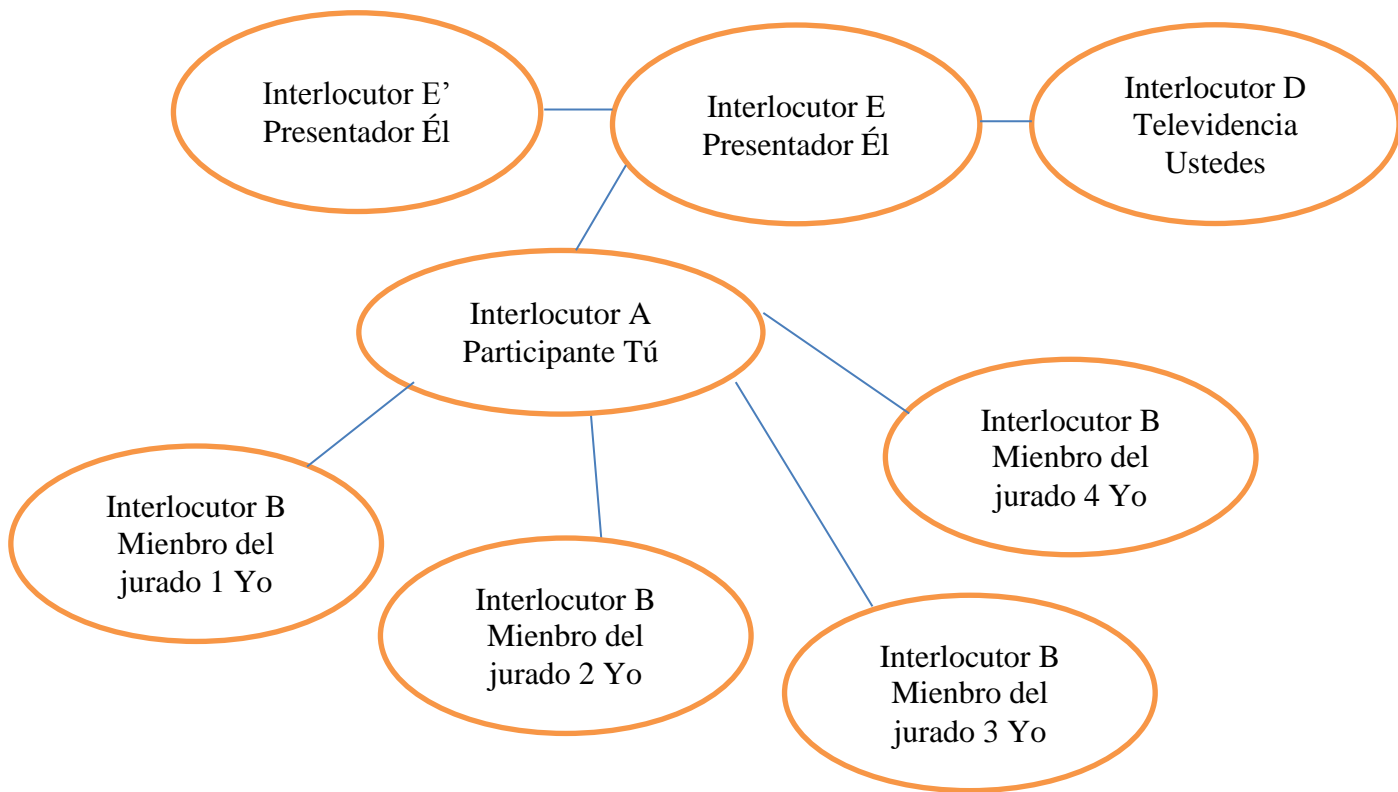
lingüístico-sociales	<p>Entonces señores, ¿Quién estará en los puestos de la gran final? ¡de estos 10 finalistas! Hoy han entregado todo en este escenario.</p> <p><b>Nivel morfosintáctico:</b> el participante hace una buena presentación, el público responde con aplausos, el locutor alaba la participación, discurso motivador del jurado, se quebranta la voz, para anunciar al ganador</p> <p><b>Nivel lexical:</b> varias interjecciones populares el segundo finalista es..., <i>El nombre que vamos a revelar en este momento...</i></p>
----------------------	---

Tabla 19 Elaborado por: Luis Encalada

### 3.6.2 Segunda fase

Después de esta primera fase será posible determinar algunos aspectos importantes del contexto discursivo que engloba algunas de los elementos que aparecen en el análisis anterior.

#### El contexto discursivo



Están un tanto excluidos de la relación

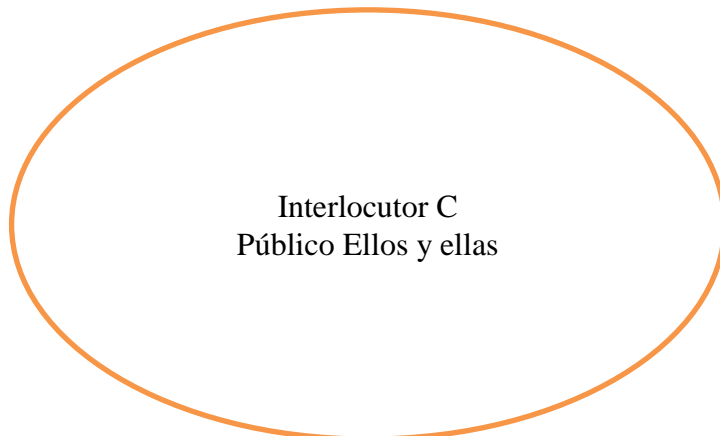


Tabla 20 Elaborado por: Luis Encalada

### Las personas del discurso

- a) El Yo se inscribe a través de las afirmaciones constantes de los miembros del jurado sobre sus opiniones acerca de los actos presentados
- b) El Tú se inscribe, nuevamente, por medio del interlocutor jurado quien afirma o niega la existencia del participante ganador de la final
- c) La tercera persona del plural se afirma en las opiniones que acuerdan o desacuerdan el veredicto del jurado
- d) La segunda persona del plural afirma en forma elegante e informal dentro del registro del habla ecuatoriana la existencia de la televidencia
- e) La tercera persona del singular nunca se afirma a sí misma ni a través de terceros, solamente se ocupa de afirmar al yo, tú y ustedes.

### Las relaciones interpersonales

- a) Interlocutor B jurado 1 Diego Spotorno, maneja una situación equilibrada entre simpatía y antipatía
- b) Interlocutor B jurado 2 María Fernanda Ríos, maneja siempre simpatía, cordialidad, comprensión emotiva y sensualidad
- c) Interlocutor B jurado 3 Paola Farías, maneja cortesía, comprensión, tolerancia y sensualidad
- d) Interlocutor B jurado 4 Wendy Vera, maneja descortesía, incompreensión, intolerancia y, a veces, ciertas dosis de silencio
- e) Interlocutor A, participante, dependiendo de quien ocupe su lugar puede tener una estrategia impredecible, pero, por lo general, suelen tener cortesía, amabilidad y una cierta dosis de nerviosismo y miedo.



c) Interlocutor C, público, utiliza una estrategia de apoyo constante al participante, actitud positiva y comprensión

d) Interlocutor E y E', conductor, siempre utiliza la cortesía y humor

e) Interlocutor D, público, podría tener varias reacciones que no se pueden determinar.

Ahora, en la determinación de las modalidades, entre interlocutores A y B existe una modalidad epistémica, la constante búsqueda entre lo cierto y lo probable, lo dudoso y lo improbable, en ello consiste la labor del concurso.

#### Los fines discursivos y procesos de interpretación

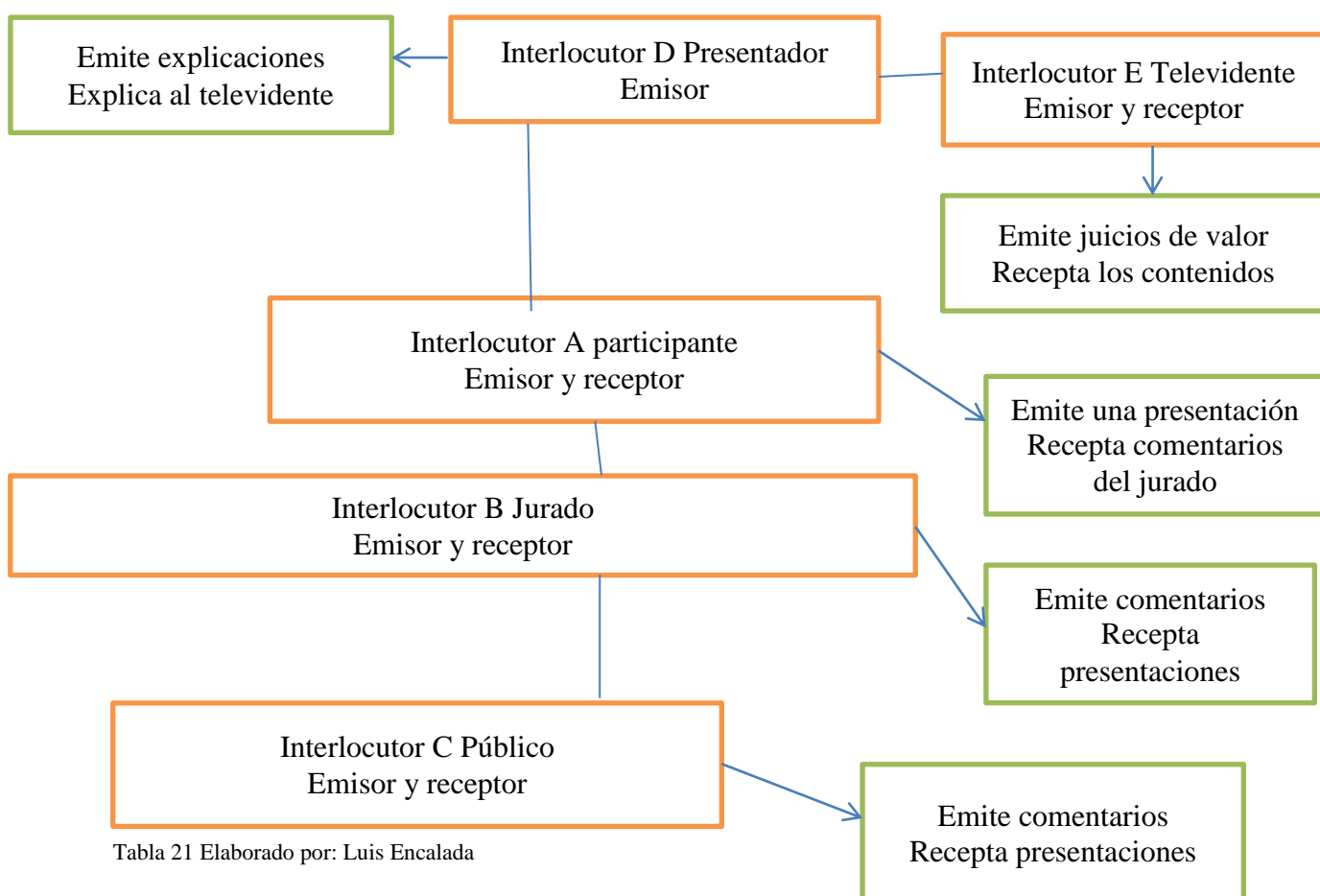


Tabla 21 Elaborado por: Luis Encalada

### 3.6.3 Tercera fase

#### Textura discursiva

La textura discursiva propone un principio de listado entre los elementos compatibles, ya que el tejido se ha manipulado a través de la edición para que haya una secuencia lógica de elementos, así como una correcta comprensión por parte del televidente

Para determinar la coherencia del texto propuesto, el discurso no rompe con la regla de la repetición –por ejemplo, el aparecimiento constante del logotipo del programa-; cumple con la regla de progresión, se genera información nueva; el discurso no rompe con la regla de la relación, sus elementos se relacionan entre sí; pero rompe con la regla de la no-contradicción –por ejemplo- La Interlocutora Wendy Vera genera mucha polémica entre sus decisiones y su manera de actuar-

Para determinar la argumentación analizaremos un par de discursos emitidos por los jurados del programa:

Wendy Vera le dice a un participante que canta música religiosa: “hay algo en tu voz que la hace única, es ese como sucio que tiene”

Paola Farías dice lo siguiente a una participante: “besa al actor Jonathan Estrada”

Diego Spotorno menciona a uno de los participantes: “Los dos son muy buenos cantantes, van a conseguir gente bacán”

María Fernanda Ríos dice: “Un gran cantante como es Juan Luis Guerra  
canta música cristiana también y todo el mundo lo ama”

#### 4. Recopilación de datos

Haciendo una recopilación de los datos arrojados por el estudio y aplicación del análisis, podemos empezar a sacar conclusiones. La valoración y tratamiento de los mismos podrá ser comparada en dos criterios, cualitativo y cuantitativo. Lo que cada episodio muestra son datos valiosos al momento de sacar conclusiones.

Se deberán utilizar los datos de cada una de las temporadas que, por tener un carácter distinto cada una, funcionan como dos objetos de estudio diferentes, pero que, unidos, pueden funcionar también como un solo corpus discursivo, siendo este de carácter múltiple.

Para que el análisis resulte más efectivo, se tomará con preferencia los elementos que resalten por su distinción para ser contrastados después con los resultados comunes a los discursos.

Sin otra acotación que agregar, se procederá a verificar las muestras de ambos productos televisivos.

##### Primera temporada

Resultado número 1: Semejanzas y diferencias en el manejo de discursos orales

En el Cuadro 1 de análisis de discursos Orales tenemos que:

Tabla 22 Elaborado por: Luis Encalada

Situación de la enunciación	<ul style="list-style-type: none"><li>* <b>Situación:</b> <u>Prototípica</u>; hay un nivel de interacción <u>simultáneo</u> y <u>cara a cara</u> entre interlocutores participantes, pero no <u>prototípica</u> con el televidente.</li><li>* <b>Inicio:</b> uso de saludos, halagos y ofrecimientos al interlocutor televidente y participante en modalidad <b>formal</b> “Bienvenidos al programa que descubre los mejores talentos del país”</li><li>* <b>Final:</b> el conductor se despide en modalidad <b>informal</b> “chicos gracias a todos, ahh” de espaldas al televidente.</li><li>* <b>Canal:</b> directo entre interlocutores participantes y jurados, pero <b>diferido</b></li></ul>
-----------------------------	---

	entre interlocutores, conductor y televidente.
Conversación espontánea	<b>Heteroselección:</b> los interlocutores seleccionan al siguiente hablante
Otras prácticas discursivas orales	<b>Tertulia:</b> entre interlocutores jurados y participantes <b>Presentación:</b> de conductor a televidencia
Competencia oral	Órdenes del jurado Charlas entre jurado y participante Participaciones artísticas de participantes <b>Preguntas entre jurados y participantes</b>
Aspectos psicosociales	Estrategia positiva en interlocutores, pese a desaprobación por calificación
Elementos no verbales	Emblema del programa colocado en el escenario de forma permanente, símbolo de la estrella en el emblema, símbolos cruzados x frente al concursante –tres en total, una por jurado-, bandera del Ecuador, colores amarillo, azul y rojo, iluminación cálida en el escenario y fría en el jurado. Espacio detrás del escenario, y el escenario en sí, forma cuadrículada plana.
Elementos paraverbales	<b>La voz:</b> colocada todo el tiempo al frente para la locución de jurados y presentador. Colocada por detrás en el caso de participantes. Diego Spotorno hace respiraciones alargadas entre ciertas frases <b>Las vocalizaciones:</b> <b>tono suavemente impositivo en jurados y tembloroso en participantes, ligeramente tembloroso en presentador y, algunas veces, dramático.</b>
Características lingüístico-sociales	<b>Nivel fónico:</b> ¡Qué, ¿estás loco?!, ¡Fuerza!, ¡Por mis hijos! ¡Wuu! ¡Esa es una buena canción! <b>Nivel morfosintáctico:</b> el participante hace una buena presentación, el público responde con aplausos, el locutor alaba la participación, discurso motivador del jurado, se quebranta la voz. <b>Nivel lexical:</b> varias interjecciones populares como <i>¿por qué no dijiste que...?, era medio duro para bailar.</i>

En el cuadro 2 tenemos que:

Tabla 23 Elaborado por: Luis Encalada

Situación de la enunciación	<p>* <b>Situación:</b> <b>No Prototípica;</b> hay un nivel de interacción aislada y <u>cara a cara</u> únicamente en la entrega de resultados entre interlocutores participantes, es no prototípica con el televidente.</p> <p>* <b>Inicio:</b> uso de saludos, suspenso con el opening y ofrecimientos al</p>
-----------------------------	--

	<p>interlocutor televidente y participante en modalidad <b>formal</b> “Solo 50 de todos estos concursantes serán escogidos...”</p> <p>* <b>Final:</b> el conductor se despide en modalidad <b>informal</b> “nos vemos la próxima semana en Ecuador Tiene Talento” forma <b>cordial</b>.</p> <p>* <b>Canal:</b> directo entre interlocutores participantes y jurados, pero diferido entre interlocutores, conductor y televidente.</p>
Conversación espontánea	<b>Autoelección:</b> una de las personas empieza a hablar sin que quien tiene la palabra la haya seleccionado
Otras prácticas discursivas orales	<p><b>Tertulia:</b> entre interlocutores jurados</p> <p><b>Presentación:</b> de conductor a televidencia</p>
Competencia oral	<p>Órdenes del jurado</p> <p>Charlas entre jurados</p> <p>Revisión de videos</p> <p>Entrega de resultados en forma dramática</p>
Aspectos psicosociales	Estrategia dramática en interlocutores, pese a desaprobación por calificación
Elementos no verbales	<p>Emblema del programa colocado en la pantalla de forma permanente, símbolo de la estrella en el emblema, bandera del Ecuador, colores amarillo, azul y rojo, iluminación cálida en el escenario y fría en el jurado.</p> <p>Espacio de un recinto elegante con vidriería transparente que deja ver el exterior</p>
Elementos paraverbales	<p><b>La voz:</b> colocada todo el tiempo al frente para la locución de jurados y presentador. Colocada por detrás en el caso de participantes. Diego Spotorno hace respiraciones alargadas entre ciertas frases</p> <p><b>Las vocalizaciones:</b> <b>tono fuertemente impositivo en jurados y tembloroso en participantes, ligeramente tembloroso en presentador y, varias veces, dramático.</b></p>
Características lingüístico-sociales	<p><b>Nivel fónico:</b> ¡Va a ser muy difícil! ¡Uy yo lo siento pero!, ¡Ese participante, para mí, no va! ¡Te vas a poner triste, enojado! Con la bendición de Dios, pa’ lante siempre</p> <p><b>Nivel morfosintáctico:</b> el participante hace una buena presentación, el jurado responde con elogios, el locutor alaba la participación, discurso dramático del jurado, se quebranta la voz.</p> <p><b>Nivel lexical:</b> varias interjecciones populares como <i>¡chuta...!</i>, <i>ustedes no pasaron a ....</i></p>

Y en el tercer cuadro tenemos que:

**Tabla 24** Elaborado por: Luis Encalada

Situación de la enunciación	<p>* <b>Situación:</b> <u>Prototípica</u>; hay un nivel de interacción <u>simultáneo</u> y <u>cara a cara</u> entre interlocutores participantes, <b>también con el con el televidente.</b></p> <p>* <b>Inicio:</b> uso de saludos, halagos y ofrecimientos al interlocutor televidente y participante en modalidad <b>informal</b> “¡Buenas noches Ecuador!”</p> <p>* <b>Final:</b> el conductor se despide en modalidad <b>informal</b> “Ecuador tiene talento, chao chao” finalización de la temporada.</p> <p>* <b>Canal:</b> directo entre interlocutores participantes y jurados, y <b>directo</b> entre interlocutores, conductor y televidente.</p>
Conversación espontánea	<b>Heteroselección:</b> los interlocutores seleccionan al siguiente hablante
Otras prácticas discursivas orales	<p><b>Tertulia:</b> entre interlocutores jurados y participantes</p> <p><b>Presentación:</b> de conductor a televidencia</p>
Competencia oral	<p>Órdenes del jurado</p> <p>Charlas entre jurado y participante</p> <p>Participaciones artísticas de participantes</p> <p>Preguntas entre jurados y participantes</p>
Aspectos psicosociales	Estrategia positiva en interlocutores, pese a desaprobación por calificación final
Elementos no verbales	Emblema del programa colocado en el escenario de forma permanente, símbolo de la estrella en el emblema, símbolos cruzados x frente al concursante –tres en total, una por jurado–, bandera del Ecuador, colores amarillo, azul y rojo, iluminación cálida en el escenario y fría en el jurado. Espacio detrás del escenario, y el escenario en sí, forma cuadrículada plana.
Elementos paraverbales	<p><b>La voz:</b> colocada todo el tiempo al frente para la locución de jurados y presentador. Colocada por detrás en el caso de participantes. Diego Spotorno hace respiraciones alargadas entre ciertas frases</p> <p><b>Las vocalizaciones:</b> <b>tono suavemente impositivo en jurados y tembloroso en participantes, ligeramente tembloroso en presentador y, algunas veces, dramático.</b></p>
Características lingüístico-sociales	<p><b>Nivel fónico:</b> ¡Siempre cantadas muy bonito!, ¡Un fuerte aplauso!, ¡Te faltó mi amor! ¡Ja ja ja! ¡Ok ustedes en casa...!</p> <p><b>Nivel morfosintáctico:</b> el participante hace una buena presentación, el público responde con aplausos, el locutor alaba la participación, discurso</p>

	<p>motivador del jurado, se quebranta la voz.</p> <p><b>Nivel lexical:</b> varias interjecciones populares como dejémoslo, dejémoslo no más <i>te faltó mi amor</i>.</p>
--	--

Resultado número 2: Cambio rotundo del formato en un solo episodio especial

a) Interlocutor B jurado 1 Diego Spotorno, maneja una situación siempre antipática

b) Interlocutor B jurado 2 Karla Canora, maneja nerviosismo, angustia, incertidumbre y silencio

c) Interlocutor B jurado 3 Jaime Enrique Aimara, maneja descortesía, incomprensión e intolerancia.

d) Interlocutor A, participante, dependiendo de quien ocupe su lugar puede tener una estrategia impredecible, pero, por lo general, suelen tener cortesía, amabilidad y nerviosismo y miedo.

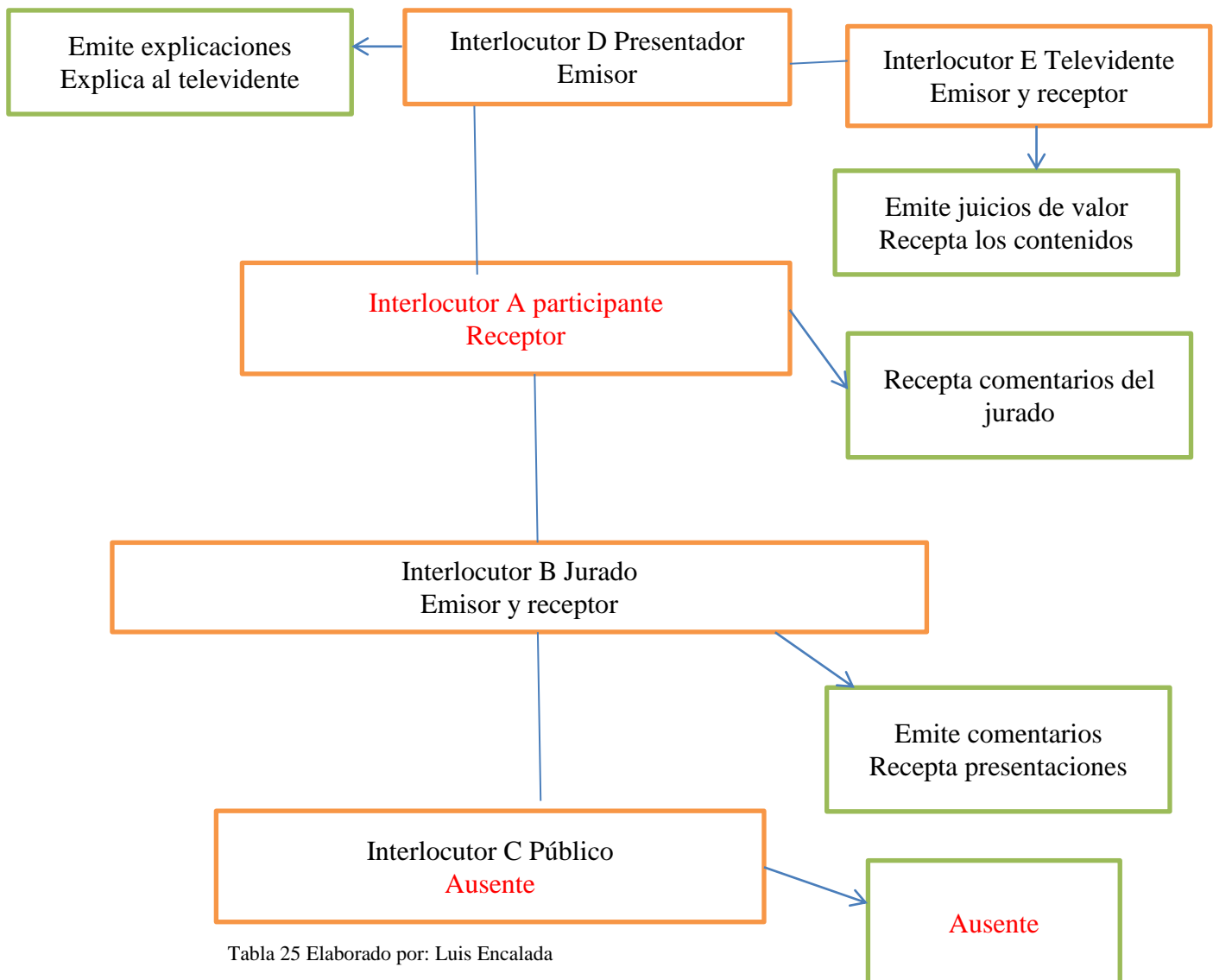
c) Interlocutor C, público, no está presente

d) Interlocutor E, conductor, siempre utiliza la cortesía

e) Interlocutor D, televidencia, podría tener varias reacciones que no se pueden determinar.

### Tercer resultado

#### Los fines discursivos y procesos de interpretación



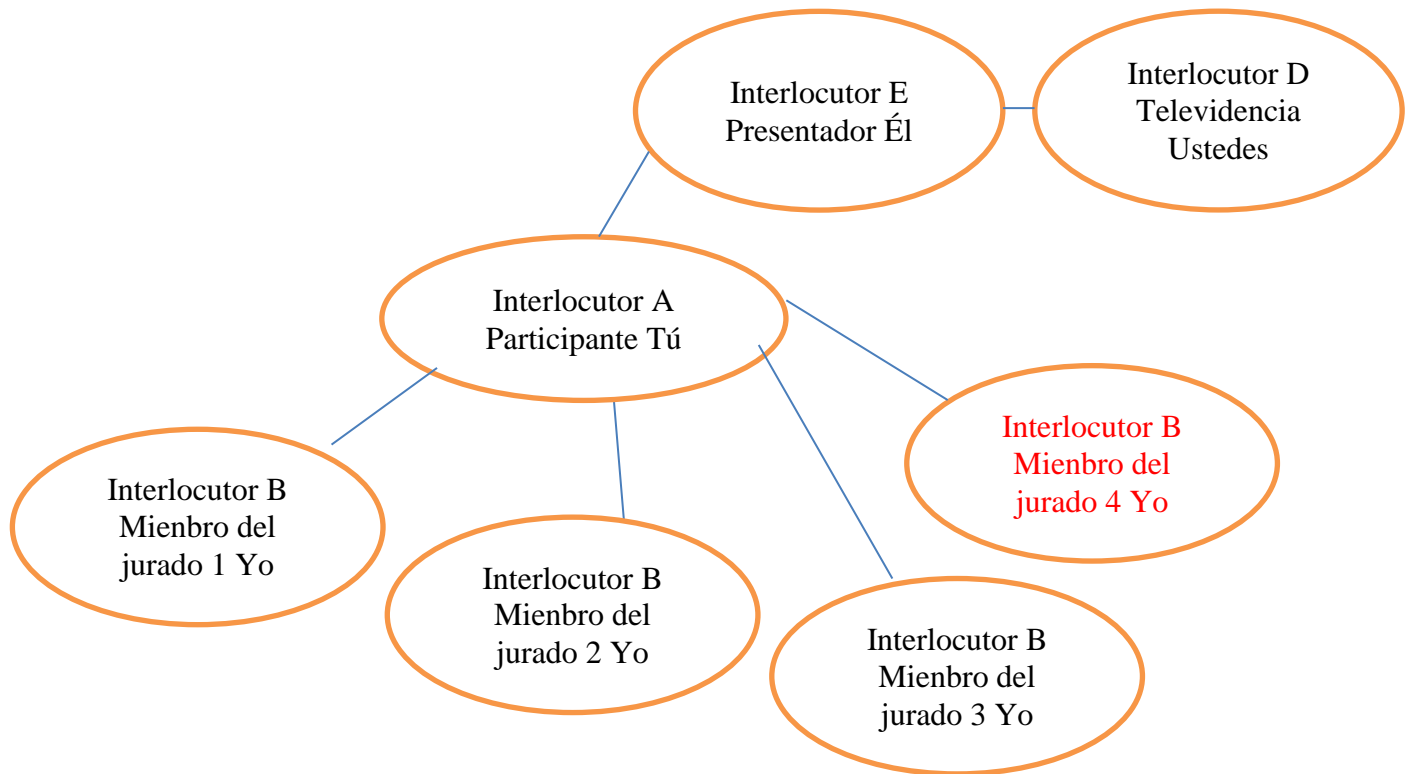
### Cuarto resultado

Para determinar la coherencia del texto propuesto, el discurso no rompe con la regla de la repetición –por ejemplo, el aparecimiento constante del logotipo del programa-; cumple con la regla de progresión, se genera información nueva; el discurso no rompe con la regla de la relación, sus elementos se relacionan entre sí; **mantiene bien la regla de la no-contradicción** –el discurso es completamente coherente.



## Segunda temporada

### El contexto discursivo



Están un tanto excluidos de la relación

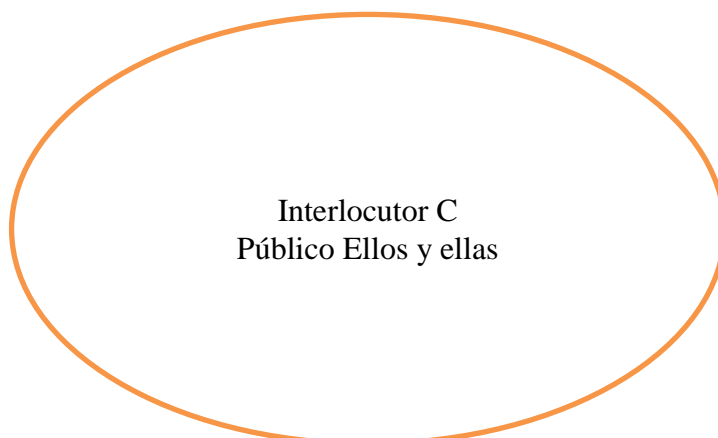
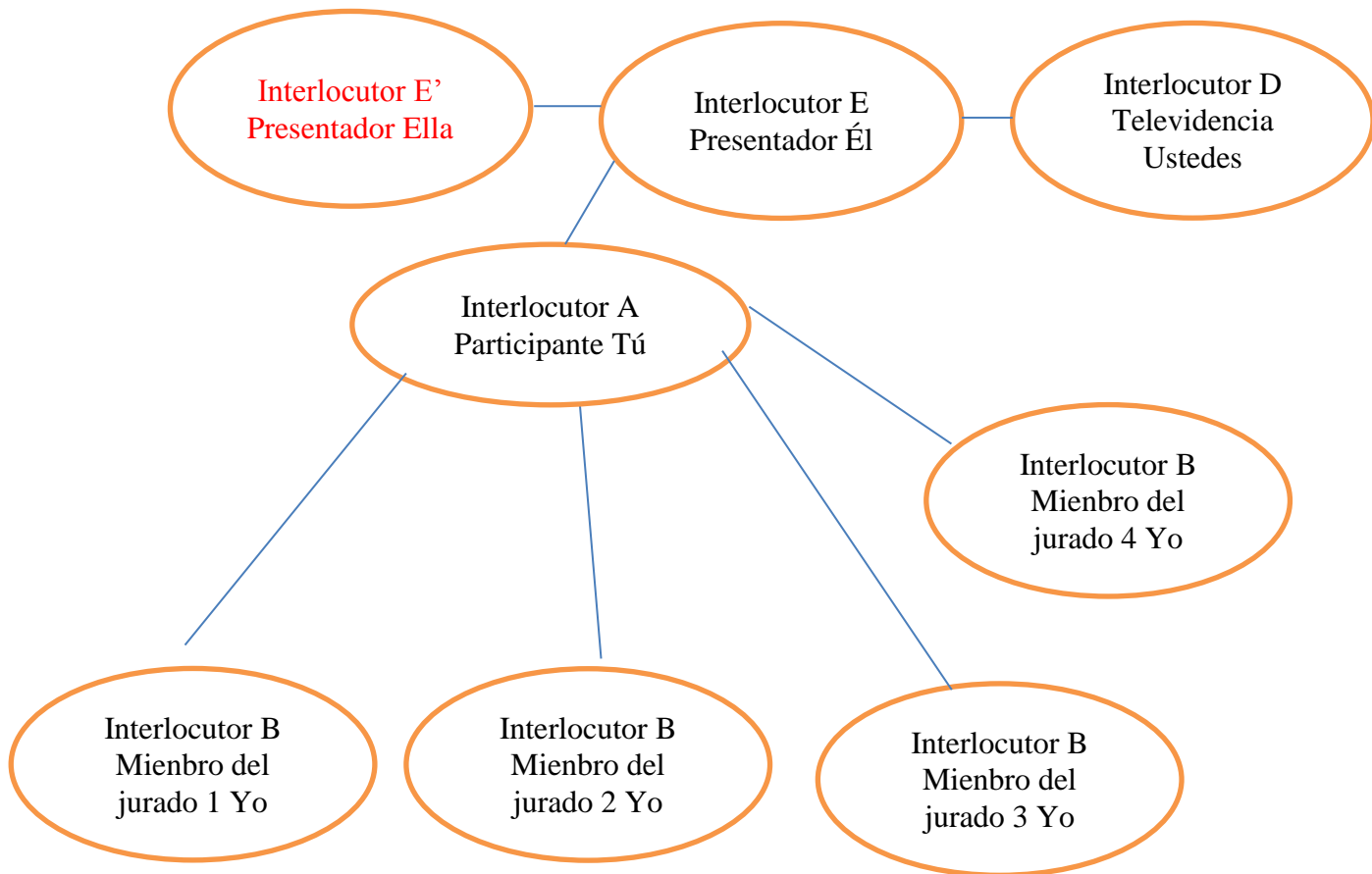


Tabla 26 Elaborado por: Luis Encalada

El contexto discursivo primera temporada



Están un tanto excluidos de la relación

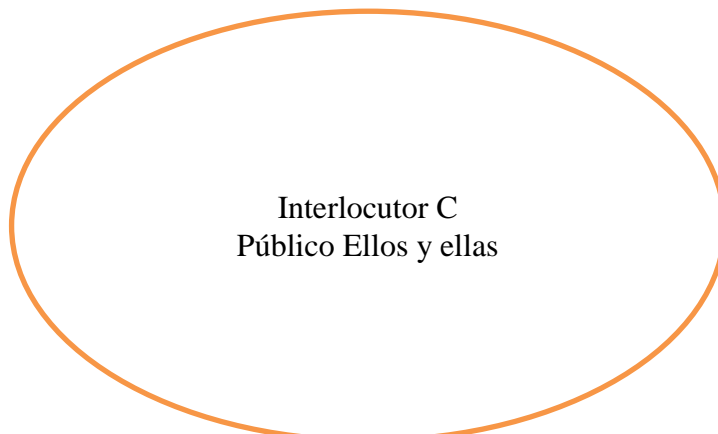
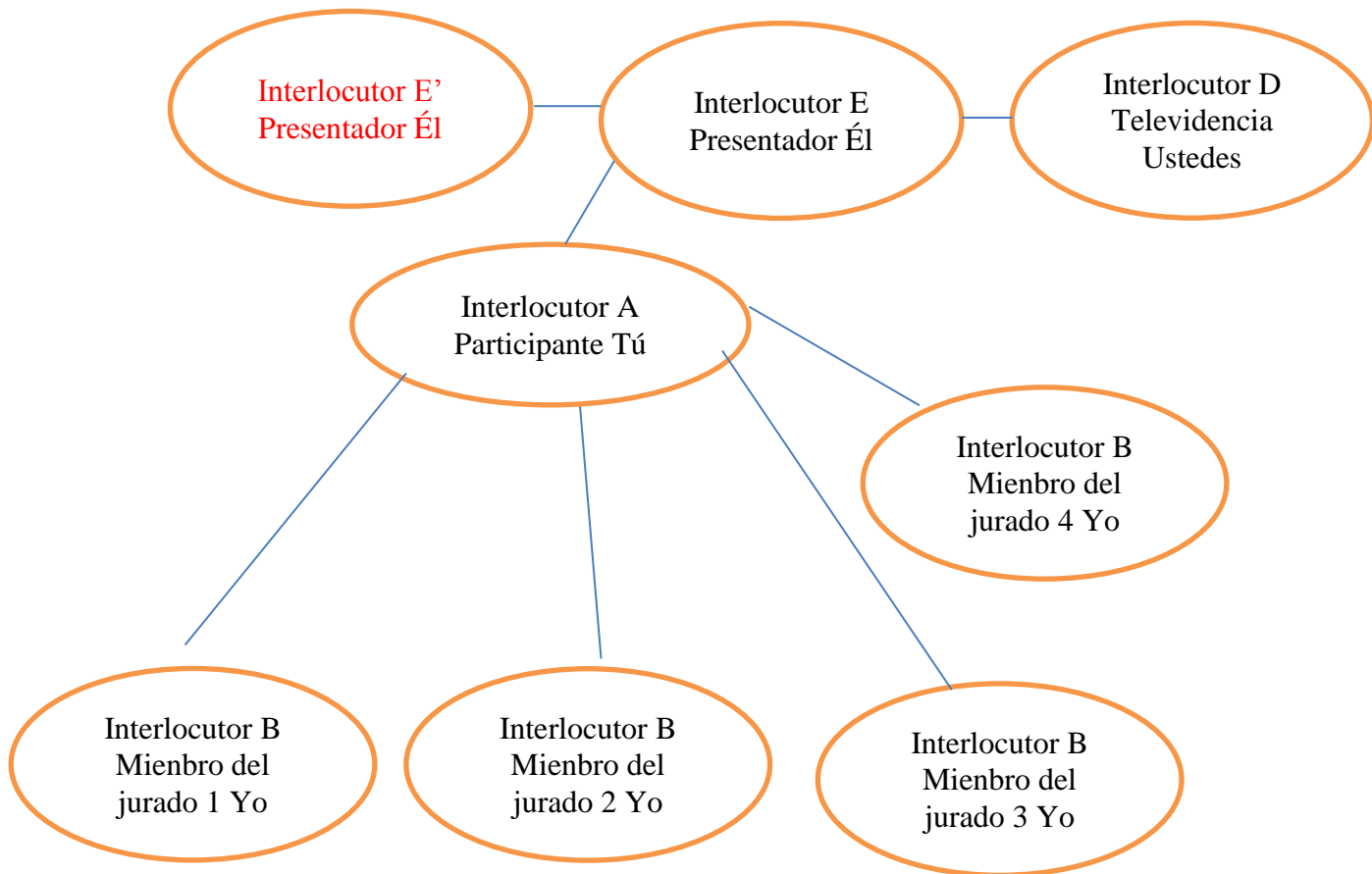


Tabla 27 Elaborado por: Luis Encalada

### El contexto discursivo



Están un tanto excluidos de la relación

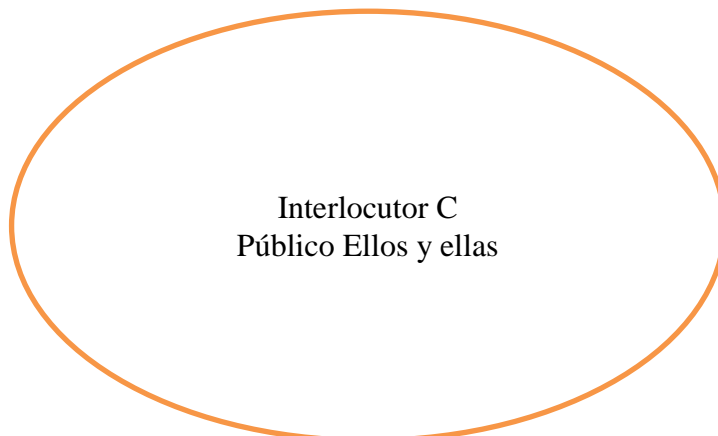


Tabla 28 Elaborado por: Luis Encalada

## **5. Conclusiones**

- 1) En la primera compilación de datos se observa un cambio radical y rotundo con respecto al parámetro de tratamiento de la situación de la enunciación, la conversación espontánea y los elementos paraverbales. Es curioso que únicamente para un episodio en el cual se ven obligados a eliminar más participantes de los que pueden aprobar, se haya cambiado tanto los roles de cada interlocutor jurado.
- 2) El público en el segundo episodio analizado de la primera temporada, está completamente ausente, rompiendo por una ocasión el formato que permitía la conexión de los episodios por medio del estilo de los mismos.
- 3) Diego Spotorno cambia constantemente de rol, pasando por un equilibrio constante entre la simpatía y la antipatía, hasta quedar en el acto bondadoso completo.
- 4) El primer conductor del programa, Nicolás Espinoza, recibe, para la última gala, una acompañante que pretende ocupar los espacios que él no ocupa en el discurso, con respecto al género y al número, fácilmente deducible si se toma en cuenta que, para la segunda temporada, el acompañante del conductor es un hombre.
- 5) La señorita Wendy Vera, pese a sostener una actitud rodeada de estrategias de alejamiento, mantiene la misma actitud durante la mayor parte de programas, no siendo así en algunas ediciones en las que decide, por voluntad propia, girar la perspectiva de dicha actitud.
- 6) Los concursantes no son más que el producto de la afirmación o negación del jurado, o del programa mismo, ya que no participan de forma activa en la conducción del programa; en otras palabras, únicamente actúan para mover los elementos discursivos, mas no para lograr un resalte importante en la consciencia del televidente.
- 7) Los Televidentes tienen una participación activa que desconocen, la cual, al ser ignorada, no logra mantener una relación estable entre los elementos emisores y receptores, por lo que se decide hacer el proceso preliminar únicamente con el jurado.

- 8) La retirada del público animando a los concursantes puede ser utilizado como un recurso para realzar los valores dramáticos de la escena, pero también podrían someter al programa a un pequeño estado caótico.
- 9) No toda diferencia en el programa es mala o contraproducente, pero sí demuestra la contradicción posible entre guionistas y conductores, algo que podría indicar, quizás, mucha improvisación y poca previsión.
- 10) El conductor Jaime Enrique Aimara es volátil, puede cambiar su estado de ánimo, conducta, forma de pensar en pocos segundos, quizás por eso se mantiene en silencio.
- 11) La primera temporada demostró muchas debilidades en colocar dos géneros masculinos y uno femenino, pretendiendo representar los grupos étnicos del Ecuador y la diversidad de género, pues intentaron reforzar ese vacío en las galas finales de la misma. El formato presentado en la segunda temporada colocó mejores y posibles nuevas opciones de identificación con el segmento del jurado.
- 12) La tercera temporada fue bastante similar a la segunda, siendo el único cambio el conductor, por motivos extra televisivos.
- 13) La conducción de Nicolás Espinoza no se sostuvo para la segunda temporada debido a los proyectos personales del mismo, lo que les dio la oportunidad de colocar a dos miembros de la serie televisiva *El combo amarillo*.
- 14) No se puede manejar a la ligera el concepto de Tele basura, debido a que su historia y orígenes radican más en la historia cultural que en la mera realidad casuística.
- 15) Los verdaderos protagonistas del programa *Ecuador tiene talento* son los miembros del jurado, ya que sobre ellos cae el mayor peso de atención en las audiencias. Como se mencionó antes, el público y la audiencia tienen un papel distante.

## 6. Recomendaciones

- 1) Para la aplicación del análisis se requirió un riguroso distanciamiento entre las opiniones personales del investigador y su objeto de estudio, por lo que, para una futura utilización de esta metodología se recomienda discreción
- 2) Pese a no haber considerado aún el lado de la opinión pública, que podría ser el tema de otra disertación de grado, la forma del análisis extrae ciertas sospechas basadas en la señalética arrojada por los discursos y sus actantes o *interlocutores*, lo que no quiere decir que este estudio haya comprobado un criterio de verdad irrefutable.
- 3) El formato de Reality Show demuestra ser predecible, aun cuando sufra de ciertas modificaciones, lo que indica que para futuros experimentos mediáticos, la producción debería ser más creativa y, en todo caso, menos ligera en ocultar sus intenciones intrínsecas.
- 4) Ya que el talento ni siquiera es el protagonista del show mediático, sino un simple móvil, no sería posible considerar las opiniones vertidas en dicho producto como criterios de verdad, mucho menos como opiniones verídicas basadas en una bibliografía confiable o criterio académico.
- 5) Muchos de los elementos que aparecen allí son modificados a conveniencia del programa, sin alegar acusaciones dolosas, pero mencionando la posibilidad de que ciertos diálogos, elementos del guión, escenografía, locaciones, entre otros, fueron alterados sobre la marcha para generar resultados imprevistos.
- 6) Ninguno de los ganadores de las tres temporadas anteriores fue promocionado o colocado como figura pública. Dichos programas, una vez hallado el talento, deberían, por lo menos, abrirles la oportunidad de promocionar sus actos en señal abierta varias veces después de finalizada la temporada.

## 7. Bibliografía

### Libros

Barbero, J. (1987). De los medios a las mediaciones comunicación cultura y hegemonía. Editorial Gustavo Gily SA, Barcelona.

Buonanno, M. (2000). *El Drama televisivo. Identidad y contenidos sociales*

Calsamiglia Blancafort, H., & Tusón, A. (1999). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso. Barcelona: Ariel.*

Goytisolo, J. (1997) *En tiempos de ignominia*, publicado en *La voz y la palabra*

Jauss, H. (1992), *Experiencia estética y hermenéutica literaria*, Madrid: Taurus,.

Medina, A., Ana L., (1998) *El Reality show o las emociones como espectáculo*, México

Moreno, H. (2010) *La comunicación en tiempo real: Media Virus 3.0*, mediavirus3.com recuperado en file:///C:/Users/PC%20HP/Desktop/PDFs%20tesis%20de%20grado%20u/Virus%20Media%203.0.pdf

Ortega y Gasset, J. (1962) “La rebelión de las masas”. Il Mulino, Bolonia

Sierra Moreno, H. (12 de marzo de 2012) Virtual.unal.edu.co., Modelo de comunicación, recuperado en «<http://www.virtual.unal.edu.co>.» :

Sontag, S. (2004) *Ante el dolor de los demás*, Madrid, Suma de Letras, recuperado de [http://blog.fotoespacio.cl/wp-content/uploads/2013/08/Sontag\\_Ante\\_el\\_dolor\\_de\\_los\\_demas.pdf](http://blog.fotoespacio.cl/wp-content/uploads/2013/08/Sontag_Ante_el_dolor_de_los_demas.pdf)

UNESCO, (1982) *INDUSTRIAS CULTURALES*, El futuro de la cultura en juego. Fondo de cultura económica, México UNESCO, Paris, Primera Edición. p.120

Van Dijk, T. A. (Ed.). (1997). *Discourse Studies. A Multidisciplinary Introduction*. 2 vols. London: Sage (Traducción española publicada por Gedisa, Barcelona, 2001).

## **Publicaciones**

### **Tesis de grado**

Cañizares Coello, David (2008) *Nuevas tendencias de marketing aplicadas al artista David Cañizares para el posicionamiento del disco "Mentiras Verdaderas" en el público a nivel nacional*. Universidad del Azuay, recuperado en <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/417/1/06746.pdf>

### **Artículos de periódicos**

Alvarado, K. (2002) *Petición para Teleamazonas*, *El Universo.ec*, recuperado de <http://www.eluniverso.com/2002/10/11/0001/262/72F2A0239D45420EB4F3EA04EC1C729D.html>

El confidencial (2014), *13 momentos memorables de la primera edición de Operación Triunfo*, *Vanitatis*, recuperado en [http://www.vanitatis.elconfidencial.com/television/2014-10-25/los-9-momentos-mas-memorables-de-operacion-triunfo-1\\_407754/](http://www.vanitatis.elconfidencial.com/television/2014-10-25/los-9-momentos-mas-memorables-de-operacion-triunfo-1_407754/)

### **Artículos de revistas**

Álvarez Berciano, Rosa (1995), *La era americana del reality show Un territorio intermedio entre información y entretenimiento*. *Telos, Cuadernos de comunicación, Tecnología y Sociedad, Madrid*, n° 43. Recuperado de: [http://www.quadernsdigitals.net/datos/hemeroteca/r\\_32/nr\\_467/a\\_6323/6323.pdf](http://www.quadernsdigitals.net/datos/hemeroteca/r_32/nr_467/a_6323/6323.pdf)

Arango Forero, Germán (2003) *Realities: de la tele-verdad a la tele-realidad*, *Palabra Clave N°9, Universidad de la Sabana*, Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/649/64900901.pdf>

Castro, Cosette (2012) *La hibridación en el formato y pautas para el análisis de Gran Hermano*, *Revista de Estudios de Comunicación* recuperado de <file:///C:/Users/PC%20HP/Downloads/6018-22134-1-PB.pdf>



- Dolores Cáceres, María (2002) *Operación Triunfo o el restablecimiento del orden social*, *Zer-revista de estudios de comunicación*, vol7, n°13 recuperado de  
file:///C:/Users/PC%20HP/Desktop/PDFs%20tesis%20de%20grado%20u/Maria%20Dolores%20C%C3%A1ceres.pdf
- Fernández, F. (2002) *el análisis de contenido como ayuda metodológica Para la investigación*, *Ciencias Sociales*, n°96 pp. 35-53 recuperado de <http://revistacienciasociales.ucr.ac.cr/wp-content/revistas/96/03-.pdf>
- Garay Cruz, L. (2006) *¿QUÉ HA CAMBIADO Y QUÉ SIGUE IGUAL? REFLEXIONES SOBRE EL CONCEPTO DE AUDIENCIA MEDIÁTICA.*, *Revista Digital universitaria*, vol7, n° 6, recuperado de [http://www.revista.unam.mx/vol.7/num6/art44/jun\\_art44.pdf](http://www.revista.unam.mx/vol.7/num6/art44/jun_art44.pdf)
- López Escalona, Sara (1995) *la postmodernidad, interpelaciones que plantea a la antropología y a la educación*, *Educación*, n°7 recuperado en <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/educacion/article/viewFile/4462/4442>
- Orwell, George (1947) *1984*, trad. al español por Rafael Vázquez Zamora, Salvat Editores en Arango Forero, Germán (2003) *Realities: de la tele-verdad a la tele-realidad*, *Palabra Clave N°9*, *Universidad de la Sabana*, Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/649/64900901.pdf>
- Palacios Rojo, Antonio (2008) *Los prestigiosos precedentes de la telebasura*, *El Catoblepas*, n° 82 recuperado de <http://www.nodulo.org/ec/2008/n082p11.htm>
- Perales Bazo, Francisco (2011) *La realidad mediatizada: el reality show*, *Revista Comunicación*, N°9, Vol 1 pp. 120-131 Recuperado de [http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n9/monografico/M09.-La\\_realidad\\_mediatizada\\_el\\_reality\\_show.pdf](http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n9/monografico/M09.-La_realidad_mediatizada_el_reality_show.pdf)
- Rodríguez Fernandez, R. (2001): *Apocalypse Show*. Madrid: Biblioteca Nueva, Universidad de Alicante. En Castro, Cosette (2012) *La hibridación en el formato y pautas para el análisis de Gran Hermano*, *Revista de Estudios de Comunicación* recuperado de file:///C:/Users/PC%20HP/Downloads/6018-22134-1-PB.pdf

Vilches, Lorenzo (1995), *Introducción: La televerdad. Nuevas estrategias de mediación. Telos, Cuadernos de comunicación, Tecnología y Sociedad, Madrid, n° 43*. Recuperado de:  
[http://www.quadernsdigitals.net/datos/hemeroteca/r\\_32/nr\\_467/a\\_6323/6323.pdf](http://www.quadernsdigitals.net/datos/hemeroteca/r_32/nr_467/a_6323/6323.pdf)

### **Páginas web**

Endemol, com (2015), *Who we are* recuperado de  
<http://www.endemol.com/who-we-are>

Endemol, com (2015), *Global presence* recuperado de  
<http://www.endemol.com/contact-us/global-presence>

Fórmula TV.com (2015) *Mediaset España se plantea volver a adquirir 'Tienes talento' ('Got Talent')*, recuperado de  
<http://www.formulatv.com/noticias/44005/mediaset-espana-vuelve-adquirir-derechos-tienes-talento-got-talent/>